

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



مذكرة تخرج لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في ميدان الحقوق والعلوم السياسية

شعبة العلوم السياسية

تخصص: (تنظيم سياسي وإداري)

أثر مهارات الإتصال على فعالية العلاقات العامة

" دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة "

إشراف الاستاذ:

د/ بارة سمير

اعداد الطالبة :

جعرون امينة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	إسم ولقب الأستاذ
رئيسا	د.رمضان عبد المجيد
مشرفا ومقررا	د. بارة سمير
مناقشا	د. ولد عامر نعيمة

نوقشت وأجيزت يوم: 2018/06/10

السنة الجامعية: 2017 - 2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ

وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾

(النَّمْل: 19)

الشكر و العرفان

الحمد لله رب العالمين ، والسلامة و السلام على أشرف المرسلين
سيدنا وحبیبنا محمد و على آله وصحبه أجمعين ، الحمد لله الذي **من**
علي بالوصول إلى هذه المنزلة التي ما كنت لأبلغها إلا بفضلہ فالحمد لله
عز وجل الذي ألهمني الصبر والثبات ومدني بالقوة والعزم على
مواصلة مشواري الدراسي .

كما يطيب لي أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف
الدكتور بارة سمير الذي لم يبخل **علي** بتوجيهاته ونصائحه القيمة، حول
الموضوع وأرائه السديدة التي كانت عوناً لي في إتمام هذه الدراسة

كما أتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى اساتذة قسم العلوم السياسية
على توجيهاتهم السديدة و ملاحظاتهم القيمة طيلة فترة دراستي .

كما لا يفوتني أن أشكر كل من ساعدني من قريب أو من بعيد على
انجاز هذا العمل ، خاصة موظفي امن ولاية ورقلة.

"حسى الله أن يوفقنا لما فيه خير لنا"

جعرون امينة

ملخص الدراسة :

تهدف دراستنا الى معالجة كافة الجوانب الإدارية ، التنظيمية و الإتصالية لمهارات و أساليب ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ، مع تقويم أثر المهارات على فعالية العلاقات العامة وخدماتها لإيصال رسالتها للجمهور الداخلي و الخارجي ، خاصة بعد التطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية و عبر وسائل الاتصال الحديث الذي جعل من العالم قرية صغيرة ، و تناولت إشكالية الدراسة مدى تأثير المهارات الاتصالية على فعالية ادارة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية ورقلة ، كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغرض الوصول الى اهداف الدراسة بشكل علمي منظم ، ومنه تحديد أهم التوصيات العلمية التي يمكن أن تساهم في مواجهة المشكلات التي تعترض أداء العلاقات العامة ، وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من الإستنتاجات أهمها : للمهارات الاتصالية اثر بالغ الأهمية في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة وفعاليتها ، كونها تسعى الى ابراز الصورة الايجابية عنها و منه نجاح المؤسسة .

الكلمات المفتاحية : الاتصال، المهارات، العلاقات العامة، مؤسسة اتصالات الجزائر .

Resumé

L'étude s'assigne comme objectif le traitement des volets administratif, organisationnel et communicatif des compétences et méthodes gérant les relations générales au sein des institutions gouvernementales et non-gouvernementales, tout en évaluant l'efficacité des compétences communicationnelles sur l'efficacité des relations générales et ses prestations en vue de transmettre son message au public intérieur et extérieur, notamment à la lumière du de l'essor technologique que connaît l'information et la communication au travers les nouvelles technologies de communications rendant le monde un petit village. La problématique de l'étude porte sur l'impact des compétences communicationnelles sur l'efficacité de la gestion des relations générales au sein de l'entreprise d'Algérie-Télécom de Ouargla. A cet effet, on a opté pour la méthode descriptive analytique en vue d'atteindre, d'une manière scientifique fiable, les objectifs assignés à l'étude. On a à ce titre avancé les recommandations scientifiques susceptibles de contribuer à faire face aux problèmes entravant les relations générales. L'étude se résulte à une série de conclusions témoignant que les compétences communicationnelles ont un grand impact sur l'amélioration des relations générales au sein de l'entreprise d'Algérie-Télécom de Ouargla, car elles visent à mettre en exergue l'image positive de l'entreprise et sa réussite.

Les mots clés : la communication- les compétences- les relations générales- entreprise d'Algérie-Télécom.

Abstract:

Our study deals with administrative, organizational and communication aspects of skills and methods practicing public relations in government and non-government institutions, so to evaluate the impact of such skills on the effectiveness of public relations and services to transmit message to the internal and external public, especially in the light of technological development in domain of information that made the world as a small village, hoping to answer the problem of the study about the impact of communication skills on the effectiveness of the management of public relations in Algeria Telecom entreprise of wilaya of Ouargla. We opted for descriptive and analytical method in order to get, on a well-organised methodic, purpose of the study aiming at establishing the most important scientific recommendations capable of facing problems encountered in the performance of public relations. The study has come up with a set of conclusions including:

Communication skills critical to improving public relations and effectiveness are always being sought to change the values and trends and negative perceptions of workers, and correct the wrong situation in order to effect charting the way towards achieving the goals and the ruler of it the success of the organization .

Key words: Communication, Skills, Public Relations, Algeria Telecom



مقدمة

1- توطئة:

عرف العالم تغيرات جذرية على المستويات السياسية الاقتصادية الإجتماعية و الثقافية نتيجة ما أفرزته العولمة بمظاهرها المختلفة في جميع المجالات هذا ما دفع بالإنسان الى الإهتمام بالجانب التنظيمي على جميع المستويات خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمجال المهني والإداري و ما ينجم عنه من تكوين علاقات حيوية تنظيمية قائمة على أسس متينة باستعمال مهارات و أساليب إتصالية بطرق إجتهداية، وعلمية مدروسة تماشيا و الأهداف المسطرة لكل منظمة .

و من هنا ظهرت العلاقات العامة كعلم بدأ الإهتمام به وأدركت من خلاله المؤسسات أنها لا يمكن ان تنجح اذا بقيت بعيدة عن جمهورها الداخلي و الخارجي ، و تجاهلت الإتصال الناجح القائم على الأساليب و المهارت الإتصالية العلمية ، باستعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة .

كما أصبح من الحتمي على المؤسسات إعادة النظر في طرق تسييرها بادماج عناصر حديثة تسمح بتقوية الروابط الإتصالية ، انطلاقا من العلاقات العامة السليمة التي تبدأ من المؤسسة بموظفيها مع اتخاذ سلسلة من الإجراءات التي تهدف الى تنظيمهم قصد الحصول على الكفاءات البشرية من خلال عمليات الاختيار، التعيين، التدريب، التاهيل و التحفيز المادي والمعنوي، لان تحقيق الاداء المؤسسي المتميز لا يتوقف على امتلاك الموارد المادية أو التكنولوجية وإنما يتعدى ذلك الى وجود الكفاءات البشرية.

2- أهمية و اهداف البحث :

تتمثل أهمية الموضوع في:

- الدور الذي تلعبه العملية الإتصالية في أداء المؤسسة لمهامها.
- أهمية العلاقات العامة في العملية الإدارية ، التنظيمية و الإتصالية للمؤسسة.
- دور الاتصال و العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة .

أما بالنسبة لاهداف الدراسة فهي :

- ابراز اهم المهارت الاتصالية التي يمكن لاختصاصي العلاقات العامة استخدامها سواءا على المستوى الداخلي او في علاقاته مع الخارج .

- معرفة مهارات الاتصال الناجحة المعتمدة لاستقطاب الجمهور .

- التأكيد على الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين اداء المؤسسة .
- تشخيص عملية الاتصال في الإطار الخدماتي انطلاقا من المهارات و الأساليب الاتصالية.
- معرفة السبل الفعالة في استخدام مهارات الاتصال من طرف اخصائي العلاقات العامة بما يتماشى مع رضا افراد المؤسسة و الجمهور الخارجي .

3- مبررات اختيار الموضوع :

تنوعت أسباب اختيار الموضوع بين ما هو علمي و ما هو ذاتي :

- أسباب علمية: من الأسباب العلمية التي دفعتني إلى معالجة هذا الموضوع ما يلي:
 - الدور الكبير التي تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية و غير الحكومية كحلقة وصل بين الداخل و الخارج .
 - الوصول الى نتائج تتمكن من خلالها إبراز أن المهارات و الأساليب الاتصالية التي يتوفر عليها العاملون بادارة العلاقات العامة لا بد ان تتماشى و المخططات و البرامج الاتصالية لكل مؤسسة هذا من ناحية و من ناحية اخرى للتقدم العلمي و التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة.

● أسباب ذاتية :

التعرف على أهمية مهارات الاتصال داخل و خارج المؤسسة من خلال:

- اكتشاف مهارات الاتصال المستخدمة من طرف أخصائي العلاقات العامة .
- التعرف على مكانة القائمين على الإتصال والعلاقات العامة بالهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- الرغبة في معرفة كل ما يخص موضوع الإتصال والعلاقات العامة لما له من أهمية في مجال التخصص المهني .

4- الدراسات السابقة : تعد الدراسات السابقة من اهم مراحل البحث العلمي و الغاية منها اتمام الباحث ما توصل اليها الباحثون السابقون و في اطار موضوعنا هذا اعتمدنا على الدراسات السابقة التالية:

- الدراسة الاولى : دراسة الطالب أحمد أمين محمد عتوم : بعنوان أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة دراسة ميدانية في الوزارات الاردنية ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماجستير جامعة الشرق الاوسط كلية الاعلام عمان الاردن 2010 ، حيث تم صياغة الإشكالية التالية: ما مدى اهمية الأنشطة الاتصالية في العلاقات العامة بالوزارات الاردنية بعمان ؟ مستعملا

الفرضية التي يرى من خلالها انه لا يتوافر لدى العاملين في ادارة العلاقات العامة و الاعلام في الوزارة الصفات و الخصائص الاتصالية و فرضية اخرى فحواها أن ادارة العلاقات العامة لا تستعمل في انشطتها مع الجمهور الداخلي و الخارجي الوسائل الاتصالية ، كما توصل الى انه لابد من توافر الصفات و الخصائص لدى العاملين في ادارة العلاقات العامة ممن يتصفون بالصفات الشخصية المحبوبة و المقدرة الاتصالية العالية و مستوى التعليم فضلا عن الصفات القيادية للاداريين مقترحا اشراك موظفي العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار و بذلك يكون حضورها و دورها دائم مع الجماهير الداخلية و الخارجية و النوعية و الدولية للوزارة

● **الدراسة الثانية :** دراسة الطالب/ بلبراهم جمال : بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية ، وهي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماجستير في علوم التجارية تخصص تسويق و تجارة دولية جامعة الشلف 2010/2009 حيث طرح الطالب الاشكالية التالية : مامدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية لدى جماهيرها ؟ مستعملا الفرضية التي تعتبر عملية تكوين و تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة من بين أولويات الأهداف التي تسعى لتحقيقها المؤسسات الخدمية من خلال تبنيتها لبرامج علاقات عامة داخلية و خارجية كما توصل الى ان الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين صور المؤسسات الخدمية في التأثير على تغيير الإنطباعات التي تحملها الجماهير الداخلية و الخارجية عن المؤسسة مؤكدا ان العلاقات العامة تتكون من الأنشطة الاتصالية التي تشمل و تحتوي جميع اتصالات المؤسسة سواءا الداخلية أو الخارجية، بحيث تستخدم في العلاقات العامة جل الأساليب و الوسائل الاتصالية و في مختلف المواقف التي تواجهها مع جماهيرها.

● **الدراسة الثالثة :** دراسة الطالبة / لقصير رزيقة : بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة (دراسة ميدانية لمؤسسة الاملاح بقسنطينة) مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال بقسنطينة 2006-2007 حيث قدمت الطالبة الاشكالية التالية : كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الاقتصادية للاملاح لدى جمهورها الخارجي ؟ مستعملا الفرضية التي ترى من خلالها مساهمة نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الاملاح بقسنطينة لدى جمهورها الخارجي للتوصل الطالبة في الاخير الى ان العلاقات العامة تساهم فعلا في تحسن صورة المؤسسة وهذا ما تسعى اليه جاهدة من خلال اجراء بحوث حول رغبات و ميول الجمهور.

5- إشكالية الدراسة :

تتجه العملية الادارية نحو تسيير العملية الاتصالية من خلال رسم الاستراتيجيات التي تحقيق الاهداف المخططة و هذا ما تضمنه حقيقة الامر وظيفه العلاقات العامة التي تمثل اداة للتواصل باستعمال مهارات فعالة لتحقيق النتائج المرجوة و بناء الصورة الحسنة للمؤسسات .
ومن هذا المنطلق نجد الجزائر على غرار الدول الاخرى اهتمت بالعلاقات العامة ومن بين المؤسسات تبرز مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، كنموذج لدراسة اثر مهارات الاتصال على فعالية العلاقات العامة ، وبهذا نطرح الاشكالية التالية: هل المهارات الاتصالية التي تعتمد عليها ادارة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة حاليا كافية لتحسين صورتها داخليا و خارجيا ؟

وتتفرع عنها التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي أهم المهارات الاتصالية التي تستعملها ادارة العلاقات العامة في تقديم صورة حسنة عن المؤسسة داخليا و خارجيا؟
- هل تستعمل ادارة العلاقات العامة الوسائل و الاساليب الاتصالية الحديثة ؟
- هل تعمل المؤسسة على تكوين و تدريب الموظفين على المهارات الاتصالية اللازمة في ادارة العلاقات العامة؟
- كيف تتمكن ادارة العلاقات العامة من كسب ثقة موظفيها وجمهورها الخارجي؟

6- حدود الدراسة :

- تتمثل حدود الدراسة في :
- الحدود العلمية : تقتصر الدراسة على ابراز مدى تاثر العلاقات العامة بالمهارات الاتصالية لموظف ادارة العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية ورقلة .
- الحدود المكانية : مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة وهي مؤسسة اقتصادية ذات طابع خدماتي SPA مقرها الاجتماعي شارع روابح عبد الرحمان بقرب الحي الإداري لولاية ورقلة و تقع في موقع إستراتيجي تضم وكالات تجارية كبرى (ورقلة ، حي النصر ، تقرت ، تماسين حاسي مسعود و عدد ملحقاتها نقطة بيع (طيبات ، الحجيرة ، البرمة) .
- الحدود الزمانية : تم اجراء البحث الميداني خلال شهري (افريل-ماي من سنة 2018) خلال هذه الفترة تم اجراء مقابلة مع المسؤول عن ادارة العلاقات العامة مع ملاحظة سير العمل بالمؤسسة قصد الحصول على اكبر قدر من المعلومات .

7- فرضيات الدراسة :

- ادارة العلاقات العامة لها دور كبير في المؤسسة لكسب ثقة الجمهور الداخلي و الخارجي للمؤسسة .
- تساهم المهارات الاتصالية التي يستعملها ممثل العلاقات العامة في تقديم صورة حسنة عن المؤسسة داخليا و خارجيا .
- تستعمل ادارة العلاقات العامة وسائل وأساليب إتصالية حديثة تتماشى و المهارات الاتصالية لكل موظف تابع لادارة العلاقات العامة .

8- الاطار المنهجي :

بغية التعرف على مهارات الاتصال و تأثيرها على فعالية العلاقات العامة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغية تقرير الحقائق و التعريف بمختلف المفاهيم مما يكفل جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات اللازمة بغرض و التحليل و التفسير ، و كذا تحديد العلاقة التي تربط بين متغيرات الدراسة.

• اما في الجانب التطبيقي و لدراسة اثر مهارات الاتصال وكذا نشاط العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة تم الاعتماد على:

• 1- أسلوب جمع البيانات عن طريق المقابلة مع رئيس خلية الاتصال واللاقات الخارجية بمؤسسة اتصالات الجزائر.

• 2- المنهج الوصفي: تم الاعتماد عليه في جمع البيانات عن الظاهرة محل البحث لتحديد المفاهيم أين استخدمنا هذا المنهج لوصف مهارات الاتصال ومدى تأثيرها على فعالية العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة .

• 3- منهج دراسة الحالة: يعتبر احد اساليب البحث والتحليل الوصفي المطبقة في مجالات علمية مختلفة وقد اعتمدنا عليه لدراسة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

• 4- الاقتراب القانوني: تم استخدام هذا الاقتراب في سرد القوانين المؤسسة التي تم بموجبها إنشاء وتأسيس مؤسسة إتصالات الجزائر .

• 5- الاقتراب الاتصالي: اعتمدنا عليه في تحليل عملية الاتصال بين الافراد داخل المؤسسة وبين الافراد والجمهور الخارجي مع التطرق لأهم الاساليب الاتصالية المستعملة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

- 6- الاقتراب المؤسسي: والذي تم استخدامه لمعرفة مدخلات المؤسسة ومخرجاتها لفائدة الجماهير ومدى تأثيرها على فعالية العلاقات العامة .
- 7 - الاقتراب الوظيفي: اعتمدنا هذه المقاربة من خلال دراسة وتحليل وظيفة العلاقات العامة على مستوى المؤسسة.

9- مصطلحات البحث :

حاولنا ان نضبط بعض التعاريف الاجرائية لبعض المصطلحات وهي :

- تعرف المهارة : تعرف المهارة بانها القدرة على تطبيق المعلومات و المبادئ بتناسق و إتقان مع فهم العوامل المختلفة التي تؤثر في المواقف الاجتماعية و تظهر اثناء المستويات المهنية .
- تعريف مهارات الاتصال : تعرف بانها قدرة الشخص على التعبير عن افكاره و ارائه لفظيا بصورة واضحة مرتبطة منطقيا و تطبق مهاراته غير اللفظية باليد و الرأس في عرض تلك الافكار على نحو يسمح بتقوية معنى الرسالة اللفظية وتحقيق أهداف الإتصال التي تتمثل عادة بالتاثير في المتلقي وحثه على قبول و تنفيذ ما يطرح عليه من أفكار و مقترحات .
- تعريف الاتصال : هي نقل المعلومات من فرد الى فرد حيث انه بواسطة هذا النقل يمكن تعديل السلوك و احداث التغيرات و تحقيق الاهداف .
- تعريف العلاقات العامة : هي الجهود المقصودة المستمرة و المخططة التي تقوم بها الادارة (اتصالات الجزائر بورقلة) والتي تهدف الى الوصول الى تفاهم ، ثقة ، تعاون متبادل و علاقات سليمة بين المؤسسة و بين الجماهير التي تتعامل معها داخليا و خارجيا.
- المؤسسة : هي وحدات اجتماعية يتم بناؤها بشكل مقصود و تهتم بتقديم خدمات للأفراد بشكل مباشر او غير مباشر و يكون لها هيكل تنظيمي و نظام أساسي و لائحة تحدد اهدافها و نظام العمل لها .

10- خطة البحث

لمعالجة الاشكالية المطروحة إرتأينا ان نقسم هذا العمل الى :

*الجانب النظري: ويضم فصلين حاولنا من خلالهما:

* تم لتطرق في الفصل الاول الى: مفهوم الاتصال ، عناصر الاتصال و نماذجه بالاضافة الى مهارات و أساليب الاتصال و معوقاته.

* الفصل الثاني تم التطرق فيه الى طبيعة العلاقات العامة ، وظائف وأنواع العلاقات العامة بالاضافة الى تنظيم العلاقات العامة .

*الجانب التطبيقي: ولقد تمت دراسته من خلال فصل تم التطرق فيه إلى لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، ثم انتقلنا الى قسم خلية الاتصال و العلاقات الخارجية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة ، لنقوم بدراسة و تقييم الاتصال ، لنختتم الفصل بتقييم الأساليب المستعملة في ادارة العلاقات العامة في المؤسسة محل الدراسة .

11- صعوبات البحث :

- من بين الصعوبات التي واجهتني في إعداد هذا البحث ما يلي:
- صعوبة الحصول على المعلومات الكافية من مؤسسة اتصالات الجزائر والمتعلقة بالدراسة بغية إسقاط الدراسة النظرية على الجانب التطبيقي.
 - صعوبة الحصول على الوثائق التي تبرز سير عمل المؤسسة و تميزها بشيء من السرية .

الفصل الاول

ماهية الاتصال

تمهيد

تشهد نظم الاتصال في الوقت الراهن تطورات سريعة و متعاقبة في مجال تكنولوجيا الاتصال ، لذا اصبحت الحاجة لمواكبة التطورات الحاصلة في العالم ملحة ، لاسيما في مجال التواصل في مختلف المؤسسات ، وكذا المهارات الواجب توافرها لدى القائم بالعملية الاتصالية الذي لا يقل اهمية عن مضمون الرسالة ، ذلك انه يعتبر واسطة بين المؤسسة و الجمهور ، فهو الشخص الذي يقوم بادارة العملية الاتصالية و تسييرها على ضوء ما يتمتع به من قدرات و كفاءة في الاداء يتحدد من خلالها مصير هذه العملية عن طريق فريق منظم يرتبط مباشرة بإنتاج و نقل المعلومات من فرد الى آخر ، او تسيير و نشر الرسائل الى الجمهور عبر وسائل اعلامية معينة من اجل التأثير على معلومات الجمهور المستقبل ، اتجاهاتهم ، احساسهم سلوكياتهم و معتقداتهم فهذه المهارات هي التي تحدد نجاح العملية الاتصالية من عدمها و إحدى المتطلبات الاساسية للتطور و النجاح المؤسساتي ، و التمتع بهذه المهارات من شأنه تحقيق الأهداف المخطط لها مسبقا و تقديم رؤية ذات معالم واضحة حول هذه الاهداف ، و تحقيق الإعداد الجيد لها في بيئة ملائمة تسمح للقائمين على المؤسسة بتوقع ردود افعال الجمهور و نسبة نجاح اهدافهم ، وفي هذا الفصل سيتم التطرق الى ذلك بشيء من التفصيل من خلال المباحث الموالية :

المبحث الاول : مفهوم الاتصال .

المبحث الثاني : عناصر الاتصال و نماذجه .

المبحث الثالث : مهارات و أساليب الإتصال و معوقاته.

المبحث الاول : مفهوم الإتصال

يعتبر الإتصال من أبرز العوامل التي أنشأت العلاقات بين الأفراد وإن الحاجة إليه مكنت الأفراد من تنظيم ، تنسيق الأعمال و النشاطات فيما بينهم من خلال تبادل المعلومات و الأفكار التي تكون مضمون الإتصال .

وفي هذا المبحث سوف نتطرق في المطلب الاول الى مفهوم الإتصال و خصائصه، المطلب الثاني أنواع الإتصال ووظائفه ، أما المطلب الثالث أهداف الإتصال و أهميته .

المطلب الاول : تعريف الاتصال و خصائصه

ستناول في مطلبنا هذا أهم التعريفات الخاصة بالإتصال ، مع إبراز أهم الخصائص المميزة له.

اولا : تعريف الإتصال

لقد عرف مفهوم الاتصال عدة تعريفات و عموما سنحاول تحديد ذلك في جانبيه اللغوي و الاصطلاحي.

الاتصال لغة

أصل كلمة اتصال في اللغة مشتق من الفعل الماضي الثلاثي " وصل " والمضارع منه "يصل" يقال وصل الشيء أي وصل إلى الشيء ووصولاً ، أي بلغه وانتهى إليه الاتصال ما يصل بين الشيئين¹ ، اما قاموس اكسفورد فيعرفه بانه نقل و توصيل و تبادل الأفكار و المعلومات.²

الاتصال اصطلاحاً: يعرف على انه إنتقال و تبادل المعلومات التي تتم بين الأفراد من

خلال تعاملاتهم و تفاعلاتهم المشتركة بما يؤثر على مدركاتهم و استجاباتهم السلوكية.³

¹ - مجموعة من المؤلفين ، المنجد في اللغة و الإعلام، ط 43 لبنان: دار المشرق بيروت.2008، ص ص (903 ، 904).

² - فضيل دليو، الاتصال - مفاهيمه - نظرياته - وسائله، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.2003، ص 15.

³ - محمد حافظ الحجازي، وسائل الإتصال الرسمي (البيروقراطية، الكمبيوترية)، الطبعة 1، مصر: دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر. 2005، ص 12.

والتبادل لا يتم إلا اذا وقع بين شخصين او اكثر نحو تحقيق هدف معين وهو يشمل على العناصر التالية :

مرسل — الرسالة — وسيلة — مستقبل.

كما يعرف الاتصال بالمفهوم العام للعلم على أنه إنتقال المعلومات ، الحقائق ، الافكار ، الاراء المشاعر ايضا، و الاتصال هو نشاط انساني حيوي و ان الحاجة اليه في ازدياد مستمر ، فالانسان كائن اجتماعي فهو لا يعيش بمفرده ولكن بالتعاون مع الاشخاص الاخرين.¹

كما يعرف ايضا انه العملية المقصودة او غير المقصودة التي يتم فيها التعبير عن المشاعر و الافكار في رسائل شفوية او غير شفوية و التي يتم ارسالها و استلامها و استعابها و هي عملية يمكن ان تحدث دون قصد او تعبر عن حال شعور الفرد او كنتيجة عن اهداف معينة للمتمصل.²

و على غرار ما سبق ذكره فإن عملية الاتصال في ابسط صورها أنها عملية نظرية اساسها الحاجة الى الكلام ، الكتابة ، الاستماع و التفاعل مع الاخرين.³

في ذات السياق نجد أن كلمة إتصال communication مشتقة من الاصل اللاتيني communis بمعنى common اي عام ، ذلك لان الانسان عندما يتصل بآخر فانه يهدف عادة الى الوصول الى نتيجة بصدد موضوع الاتصال و تتم هذه العملية عادة في صور متبادلة من الجانبين بمعنى نقل او اعطاء البيانات و المعلومات الى الاخرين و بالعكس.⁴

على غرار ما سبق يرى الكثير من المفكرين أن الإتصال يكاد ان يكون عاملا مشتركا في العديد من المجالات في مجال التربية ، الثقافة ، الاعلام و العلاقات العامة الخ كما أن الإتصال على مستوى المؤسسة هو إنتاج أو توفير البيانات و المعلومات الضرورية لاستمرار العملية الادارية داخل المؤسسة بحيث يمكن للفرد او الجماعة بإحاطة الاخرين بالإخبار او معلومات جديدة و ذلك حفاظا على العلاقات الاجتماعية و تعزيزها .

و مهما تعددت التعاريف فان مفهوم الاتصال يكمن في العلاقة التبادلية بين طرفين او اكثر و هي العلاقة القائمة بين المرسل و المستقبل يشاركان في عملية تبادل المعاني باستخدام نظام معين من

¹ - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الإتصال، مصر: المكتب الجامعي. الإسكندرية. 2001-2002، ص18.

² - جمال أبو شنب، العلاقات الإنسانية دراسة في مهارات الإتصال و التعامل، مصر: دار المعرفة الجامعية. 2009 ، ص19.

³ - محمد عبد الغني حسن هلال، مهارات الإتصال و التسويق السياسي، مصر: ديبك للنشر والتوزيع. 2011-2012، ص14.

⁴ - غريب عبد السميع، الإتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مصر: مؤسسة شباب الجامعة. 2006، ص12.

الإشارات و الرموز مفهومه من كلا الطرفين حيث يعي كل طرف ما يقوله الطرف الآخر من معاني تحقيقي للاستجابة المطلوبة بينهما.¹

ولم يصبح الاتصال علما بالمعنى الدقيق الا في فترة معاصرة و بالتحديد في اواخر الاربعينات 1948 على يد مهندس موظف في شركة 'بل' للهاتف في و م أ ويدعى كلود شانون ، الذي عرف الاتصال من خلال ستة عناصر هي : المرسل-مصدر المعلومات -المستقبل - قناة الاتصال -مصدر الضوضاء-الهدف .²

من التعاريف السابقة يتضح صعوبة تحديد مفهوم موحد للاتصال ، هذه الصعوبة مصدرها تعدد الوجهات التي يمكن من خلالها النظر الى الاتصال ، بالإضافة الى غياب نظرية متكاملة للاتصال الى حد الان .

ولهذا يمكن ان نستخلص مما سبق ان الاتصال : عملية مستمرة و ديناميكية ، تهدف الى نقل وتبادل المعلومات و الافكار و الاتجاهات و الرغبات و الاراء بين الافراد و الجماعات اي بين المرسل والمستقبل عن طريق وسيلة كتابية او شفوية للتاثير في سلوكهم و توجيههم الوجهة الصحيحة.

ثانيا : خصائص الاتصال

من خلال التعاريف المقدمة نستطيع استنتاج عدة عناصر او مميزات للعملة الاتصالية:³

1- علم الإتصال يستمد اصوله من علوم اخرى مثل علم النفس ، علم الاجتماع و علم الاقتصاد و الفلسفة..... الخ ، وجميع هذه العلوم تعتبر الاتصال مجالا هاما بالنسبة للموضوعات التي يدرسونها .

2- الإتصال عملية مستمرة و ديناميكية ، وترجع الى عدة عوامل منها ان الإتصال يشتمل على سلسلة من الأفعال التي ليس لها بداية أو نهاية محددة فإنها دائمة التغير والحركة ، كما انه مبني على علاقات متداخلة بين الناس وبيئات الإتصال والمهارات والمواقف والتجارب والمشاعر التي تعزز الإتصال في وقت محدد وبشكل محدد .

3- الإتصال يشكل نظاما متكاملا ، فهو يتكون من وحدات متداخلة ، وتعمل جميعا حينما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل ومستقبل ورسائل ورجع صدى وبيئة إتصالية . و إذا ما غابت بعض العناصر

¹ - أحمد بن مرسى، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2012، ص22.

² - عبد الرحمان إبراهيم الشاعر، مهارات الإتصال. الطبعة1. عمان. دار الصفا للنشر و التوزيع، 2012 ، ص ص (19.18).

³ - منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق، ص 13.

أو لم تعمل بشكل جيد فإن الإتصال يتعطل او يصبح بدون التأثير المطلوب المعاني المختلفة لكلمة الاتصال.

4- الإتصال تفاعلي وآني ومتغير ، فهو نشاط يبني على التفاعل بين طرفين ، فكل من المرسل والمستقبل يشتركان في رسالة واحدة (الصياغة ، التفسير ، التصرف) كما ان كل منهما يؤثر على الاخر.

5- لإتصال غير قابل للتراجع أوالتفادي غالبا ، و يتضح ذلك إذا ماقدر لشخص أن يرغب في التراجع عن الإتصال بعد حدوثه، فإنه لايمكنه ذلك ، قد يستطيع التأسف أوالإعتذار أوإصلاح ماأفسده الإتصال ولكن لايمكن مسحه أو الظن بأنه لم يحدث .هناك بعض الإستثناءات مما يكون قد أعد للإتصال كرسالة كتبت ،وقبل إرسالها إلى المرسل إليه يمكن إبقاؤها ولن في حالات قليلة ومحدودة .وبما ان الإتصال لايمكن التراجع عنه ، فإنه يبني على التفاعلات السابقة والتاريخ المشترك بين أطراف الإتصال .

6- الإتصال يكون قصدي وغير قصدي من خلال أربع حالات :

- يرسل شخص إلى آخر رسالة بقصد ويستقبلها الآخر بقصد ، وبالتالي فإن الاتصال يكون غالبا مؤثرا.
- يرسل شخص رسالة بدون قصد لآخر يستقبلها عن قصد .
- يرسل شخص رسالة عن قصد إلى آخر غير منته لها فلا يتفاعل معها.
- يرسل شخصان رسائل ويستقبلانها دون قصد منهما بذلك ، ويتمثل هذا بشكل كبير في الرسائل غير اللفظية .

6- الإتصال ذو أبعاد متعددة ،بالرغم من أن الإنسان يقوم بالإتصال بصفة مكثفة ويؤديه بعفوية إلا أن الإتصال له أهداف متعددة ومستويات متباينة من المعاني تؤدي الى تحقيق التكامل و التفاهم بين المتصلين.

7- يمكن ان يتم الاتصال بعدة طرق وليس فقط الطرق الكتابية او اللغوية حيث يمكن ان تكون الاحاسيس او المعاني بواسطة سلوكيات او اشارات معينة .

8- يتطلب الاتصال توفر العديد من المهارات كالقدرة على الاستماع و الانصات و الكتابة او التعبير الكلام ، القراءة..... الخ¹ .

¹ - منال طلعت محمود ، نفس المرجع السابق ، ص 15.

المطلب الثاني : أنواع الإتصال ووظائفه .

تأخذ العملية الاتصالية في المؤسسة عدة أشكال و تمارس عدة وظائف تتماشى و الاهداف المسطرة وهذا ما سيتم تناوله في هذا المطلب .

اولا : انواع الإتصال :

تعتمد العمليات الادارية على نظام الإتصال ، مما يسمح باتخاذ القرار ، توجيه العاملين ، تحسين سير العمل ، توزيع المسؤوليات ، لتحقيق التماسك بين اجزاء المؤسسة و محيطها الخارجي و تحسين مستواها كما ينقسم الاتصال الى نوعين :

النوع الاول / الاتصال الداخلي : هو الاتصال الذي يتم داخل نطاق التنظيم سواء كان ذلك بين اقسامه و فروع المختلفة او بين العاملين به ، يسير في اتجاهات مختلفة و يقسم الى نوعين :

1-الاتصال الرسمي: فهو اتصال يجري بموجب التنظيم و بوسائل معروفة و محددة ، يتم عبر قنوات الاتصال الرسمي للمؤسسة المنظمة ، فيكون من الاعلى الى الاسفل في صورة أوامر و تعليمات و سياسات و اهداف و توجيهات و هذا ما نسميه بالاتصال النازل ، و هو الاتصال الرئيسي و الاساسي في الادارة الكلاسيكية ، و قد يكون الاتصال بالعكس اي من الاسفل الى الاعلى في صورة طلبات او نقل معلومات الى المستويات العليا من المستويات الدنيا في الهرم التنظيمي ، و قد يحدث الاتصال بين نفس المستوى و هذا ما يسمى بالاتصال الافقي و عموما تنطرق الى هذه الانواع من الاتصالات¹ :

أ/ الاتصال النازل : و هو اكثر انواع الاتصال شيوعا في المؤسسات اذ يبدأ من المواقع الإدارية العليا في المؤسسة وصولا الى المستويات الادنى ، و يتوافق مع الاهداف او الخطط الموضوعة من طرف الادارة كأن يصدر الرؤساء القرارات او التعليمات.²

ب/ الاتصال الصاعد : على عكس الاتصال النازل ، يكون الإتصال الصاعد من اسفل الى اعلى الهرم مرورا بمختلف المستويات الإدارية ، يتضمن المعلومات التي تستدعي التدخل لحل المشكلات التي تتعرض للتنفيذ او تلك التي تؤدي الى ادخال برامج تدريبية او اعادة التنظيم او تقدير العاملين و الثناء عليهم وعن طريقها يمكن توفير المعلومات و البيانات امام المديرين في المستويات الاعلى . بما يسمح لهم الفرصة

¹ - محمد أبو سمرة، الإتصال الإداري و الإعلامي، الاردن ، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2008 ، ص 45.

² - خيرى خليل الجميلي، الإتصال ووسائله في المجتمع الحديث، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 1997، ص 23.

لاصدار القرارات السليمة القائمة على معلومات و بيانات دقيقة ، ويمكن ان يكون هذا الاتصال على شكل شفهي او تحريري اي على شكل تقارير.

ج/ **الاتصال الافقي** : و هو الاتصال الذي يحدث بين العاملين في نفس المستوى الاداري في الهيكل التنظيمي الهرمي او بين الأفراد في مستويات مختلفة داخل المؤسسة بهدف التشاور و التنسيق في ما بينهما لتحقيق الاداء الافضل في العمل .

02 - الاتصال غير رسمي : فيحدث خارج اطار القنوات الاتصال الرسمي ، وهذا غالبا ما يكون راجعا الى خلل في الاتصال الرسمي ، كجمود الاتصال الصاعد مما يخلق فراغا يستغله الفاعلون الاجتماعيون الذين يتميزون بطموحهم ، كما ينشأ نتيجة لوجود صلات شخصية و علاقات إجتماعية بين العاملين في المؤسسة ، فالادارة الحكيمة هي التي تسعى الى التعرف مصادر الاتصالات غير الرسمية ومسارها و تحليل محتواها و التعرف على اهدافها و تحاول ان تغذيها بالحقائق و المعلومات التي تهيء الافراد للتعاون نحو تحقيق الاهداف المرغوبة بفعالية.¹

النوع الثاني / الاتصال الخارجي : يعرف على انه بناء علاقة ثقة الجمهور بالمؤسسة و المحافظة عليها يتمثل في كافة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسة او العاملين بها مع المؤسسات الاخرى او مع زبائنها يمكن ان أخذ صيغ و اشكال مختلفة في علاقتها مع الاطراف الخارجية.

1- الاتصال الشخصي : هو الذي يتم بين افراد المنظمة داخل التنظيم او بين افراد المنظمة و اخرين من خارجها بصورة شخصية بالاعتماد على الكلمة المكتوبة و يبقى تأثيره محدود.

2- الاتصال الجماهيري : هو الذي تقوم به المنشأة الاتصال مع جمهور واسع و عريض من الناس عبر وسائل الاعلان او الاعلام ، كما انه اتصال اقناعي من الطراز الاول.²

وهناك الاتصال ما بين الثقافات و يتم بين اعضاء ثقافات مختلفة بغية التفاهم ، الثقاف ، الغزو و الهيمنة الثقافية وغالبا ما يكون عن طريق قنوات فردية و جماعية و منظمة و غير منظمة مثل السفراء ، الملحقون الثقافيون ، التجار ، السياح ، الكتب ، الصحف و المجلات ، الاذاعات ، وكالات الانباء ، التلفزيونات الاقمار الصناعية والشبكات الجهوية و العالمية للاتصال.³

¹ - الأمين بلقاضي ، << الإتصال داخل المؤسسة >> ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد : 02 ، (الجزائر)، ديسمبر 2014 ، ص73.

² - محمد أبو سمرة ، نفس المرجع السابق ، ص61.

³ - فضيل دليو ، نفس المرجع السابق ، صص(21 ، 23).

ثانياً: وظائف الاتصال

للإتصال وظائف مختلفة إجتماعيه، وثقافيه، تعليميه، وتنمويه عديدة ومن هذه الأبعاد تنبثق وظائف الإتصال التي يمكن حصرها في النقاط التالية .

1- **الوظائف التعليمية والمعرفية:** وتتمثل في نقل المعلومات والخبرات و الافكار الى الاخرين بهدف تنوير ورفع مستوايهم العلمي والمعرفيه والفكرية وتكليف موافقهم ازاء الاحداث و الظروف الاجتماعية و تحقيق تجاوبهم مع الاتجاهات الجديده و اكسابهم المهارات المطلوبه التي تساعدهم في حياتهم الشخصيه والوظيفية .

2- **الوظائف الاقناعيه:** ساعد النظام الاجتماعي و السياسي في تحقيق الاتفاق أو الاجتماع بين أفراد المجتمع وفعائته المختلفه عن طريق الاقناع و ضمان قيام كل فرد بالدور المطلوب منه اتجاه المجتمع و مؤسساته المختلفه المطلوبه، أو تثبت وجهات نظر و أفكار قائمه و التاكيد عليها .

3- **الوظائف الترفيهيه:** حيث يلعب الاتصال دورا في الترويح و التسليه عن أفراد المجتمع وتخفيف أعباء الحياة اليومية ومتاعبها عنهم من خلال البرامج الترفيهيه التي من شأنها الترويح عن نفوس الناس و ادخال السرور إليهم من خلال برامج فنيه متعددة و جذابه تستهوي جمهور المستقلين وتلعب وسائل الاتصال الجماهيريه دورا بارزا في هذه الوظائف¹.

4- **الوظائف الثقافيه:** من خلال نقل التراث الثقافي من جيل الى اخر ومن فرد الى فرد، ومن مجتمع الى مجتمع و الاضافه عليه، مع أهداف و تطلعات الاجتماعية، ليكون أداة فاعلة للتغيير الثقافي و كذلك المساهمة في تنشئة جيل جديد متفاعل مع ثقافة وتراث المجتمع ولقد اصبح الثقيف مهمة تعريفية لوسائل الاتصال الجماهيرية.²

● وتعد الوظيفة التي يقوم بها الاتصال أحد معايير تصنيف أنواع الاتصال ومن هذه التصنيفات التنصيف القائم على التحليل الغوي، ومنه يمكننا تحديد الوظائف التالية للاتصال :

1- تأكيد العلاقة بين المعاني و الرموز التي لم تكن مفهومة قبل عملية التصال وهذا ما يسمى بالمستوى الاعرابي للغة .

2- إضافة معان جديدة لكلمات معينة وهذا ما يسمى بالمستوى الدلالي للغة .

3- إحلال معان أخرى مكان معان سبق تعلمها .

¹ - محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، الطبعة 01، الأردن، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة عمان، 2011 ص 85.

² - خيري خليل الجميلي، نفس المرجع السابق، ص 33.

4- دعم و استقرار معاني المفردات من خلال الاستخدام المتكرر لكلمات معينة ويتبع ذلك من استشارة معانيها في الذاكرة يؤدي إلى تقوية الروابط الاصطلاحية بين الرموز و دلالاتها .

وهناك مفكرين اخرين يحددون وظائف الاتصال من خلال :

1-التخطيط :الاتصال مهم للحصول على البيانات و المعلومات ودراسة المشكلات و استنباط المؤشرات و التنبؤ و التوقع.

2-التنظيم :حيث تمثل خطوط الاتصال في الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة شرايين الحياة التي تمدّها بالدماء الازمة وتبادل المعلومات بين عناصر التنظيم في ضوء تعدد وتباين الوظائف في المؤسسة بل وفي قطاعاتها و ادارتها المختلفة .

3-التوجيه:تحريك سلوك العاملين لتحقيق الاهداف المتوقعة والمرسومة ويعني كذلك ارشادهم بصورة مستمرة الى الكيفية التي تمكنهم من ذلك وتغيير مهارات التوجيه من مهارات الادارة وتمثل احدى مواصفات المدير المتميز .

4-الرقابة:تعتمد عملية متابعة و تقييم أداء العاملين على مشاهدة و ملاحظة و تحليل نشاطاتهم و سلوكياتهم مثل اجراء المقابلات لتقييم الرؤوسين¹.

المطلب الثالث : اهداف الإتصال و أهميته.

لايمكن لأي مؤسسة أن تنشأ و تستمر ، دون إتصال يجري بين أعضائها ولهذا فان عملية الإتصال تسعى لتحقيق جملة من الاهداف ، وهذا مايرز أهمية الإتصال داخل و خارج المؤسسة ، و هذا ما سيتم التطرق اليه في هذا المطلب .

أولا : أهداف الاتصال : يعتبرالاتصال عملية اجتماعية لا يمكن ان تعيش بدونها اي جماعة انسانية او منظمة اجتماعية و على هذا فان الاتصال يعد الوسيلة التي يستخدمها الانسان لتنظيم و استقرار حياته و لهذا فان عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام و هو التأثير في المستقبل على افكاره ولتغييرها وتعديلها على توجهاته او على مهارته لذلك يمكن تصنيف الاهداف الى :

هدف توجيهي : يمكن ان يتحقق عندما يتجه المتصل الى اكتساب المستقبل اتجاهات جديدة او تعديل اتجاهات قديمة ، او تثبيت اتجاهات قديمة فيها مرغوب فيها .

¹ - رجحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسين، الاتصال والعلاقات العامة، الطبعة 1، الأردن، دار صفا للنشر و التوزيع عمان، 2005، ص40.

هدف تثقيفي : يتحقق هذا الهدف حينما يكون الاتصال موجه نحو نوعية من المستقبلين بامور تمهم بقصد مساعدتهم و زيادة معارفهم و اتساع افاقهم لما يدور حولهم من احداث .

هدف تعليمي : حينما يتجه الاتصال نحو اكساب المستقبل خبرات ومفاهيم و مهارات جديدة وتوفير مادة المعلومات لدى المستقبل .

هدف اداري : ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل و توزيع المسؤوليات ودعم التعامل بين العاملين في المؤسسة او الهيئة .

هدف ترفيحي: يتحقق حينما يتجه الاتصال الى تقديم البهجة و السرور لدى المستقبل.¹

هدف اجتماعي: حينما يتجه الاتصال لزيادة احتكاك الجماهير بفهمهم الرسالة و بذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الافراد .

وفي الواقع ان الاتصال قد يجمع بين اكثر من هدف في ان واحد كان يستعمل تنظيم معين اتصالا بغرض توزيع المسؤوليات ، مع زيادة الاحتكاك بين العاملين في التنظيم ، و في هذه الحالة استهدفت العملية الاتصالية هدفين هما الهدف الاداري و كذا الهدف الاجتماعي في نفس الوقت.²

بالإضافة الى ذلك هناك اهداف خاصة بكل مؤسسة فهناك :

❖ **أهداف الإتصال بالنسبة للعاملين :** من خلال اربعة مجالات لتقديم المعلومات للعاملين في المؤسسة:

1-معلومات عن المؤسسة - اتناجها - مستقبلها - القرارات الهامة للمؤسسة .

2-معلومات عن سياسات المؤسسة خاصة ما يتصل بوظائفهم .

3- معلومات تتصل ببعض المشكلات الطارئة التي تقابل المؤسسة .

4- معلومات تتصل بنشاط العاملين الوظيفي و ظروف المؤسسة الاقتصادية .

❖ **أهداف الإتصال بالنسبة للقيادات الادارية :** يحقق الاتصال الجيد مزايا كثيرة بالنسبة قائد الاداري الناجح من خلال المشاركة مع العاملين الذين يقودهم والتاثير فيهم بالصورة الكافية

¹ - عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، الإتصال الجامعي، الإتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الإجتماعية، مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2003، ص60.

² - الأمين بلقاضي، نفس المرجع السابق، ص68.

والاتصال الجيد طريق القائد لاتخاذ القرارات الهامة السليمة القائمة على قدر كاف من الحقائق والمعلومات و البيانات الصحيحة .

❖ **أهداف الإتصال بالنسبة للجمهور :** الجمهور له اهمية خاصة بالنسبة للمؤسسة لذلك فالمؤسسة يهملها اقامة نظام اتصال بالجمهور يمكنها من ان توصل حقيقة الجهود التي تبذلها المؤسسة وكذلك تسعى الى التعرف على شكاوى و مقترحات الجمهور لتحسين خدماتها.¹

ثانيا: أهمية الإتصال

للإتصال أهمية بالغة في كافة المجتمعات الانسانية على اختلاف درجة تطورها فلا يمكن تحقيق شيء بدون اتصال جيد بالآخرين وكذا القدرة على المشاركة و التفاعل مع الآخرين وتبادل الاراء والافكار و المعلومات، التي تزيد من فرص الفرد في البقاء و النجاح و التحكُّم في الظروف المختلفة المحيطة به في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا و سيكولوجيا خطيرا فوجود المجتمع واستمراره متوقفة على النقل الشامل للعادات و الافكار و المشاعر من جيل الى آخر ،وان استمرارية المجتمع تتم من خلال نقل الخبرات والاتصال بين الافراد، فالناس يعيشون في جماعة بفضل ما يشتركون فيه من أهداف و عقائد و أمان و معلومات..... الخ وهم يكتبون ذلك من خلال الاتصال ، ويمكن النظر الى أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل ،ومن وجهة نظر المستقبل ، فمن وجهة نظر المرسل تتمثل أهمية الاتصال فيما يلي:²

1-الإعلام: أي نقل المعلومات والافكار الى المستقبل او جمهور المستقبلين و اعلامهم عما يدور حولهم من أحداث.

2-التعليم : اي تدريب و تطوير أفراد المجتمع عن طريق تزويدهم بالمعلومات و المهارات التي تؤهلهم للقيام بوظيفة معينة و تطوير امكانية العملية وفق مت تتطلبه الوظيفة.

3-الترفيه: وذلك بالترويج عن نفوس أفراد المجتمع و تسليتهم .

4-الاقناع :أي أحداث تحويلات في وجهات نظر الآخرين أما المستقبل فانه ينظر ألى أهميه الاتصال من الجوانب التالية:

1-فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث .

¹ - خيرى خليل الجميلي، نفس المرجع السابق ، ص37.

² - عبد الحميد عطية ، محمد محمود مهدي ، نفس المرجع السابق ، ص43.

2- تعلم مهارات وخبرات جديدة

3- الحصول على المعلومات الجديدة التي تساعد في اتخاذ القرار و التصرف بشكل مقبول اجتماعيا.

وقد اشار عدد من علماء الاتصال الى قيام جميع أنواع ووسائل الاتصال بمهام ثلاث :وهي الاعلام التعليق أو التسلية .

وحول أهمية الاتصال في الادارة بشكل عام بمختلف صورها (الرسمية وغير الرسمية)على درجة عالية من الأهمية في المؤسسة أو المنظمة ،وقد أشارت الدراسات و الابحاث الى ان الاتصالات تمثل 75 % من نشاط المؤسسات ،وذلك فهي بمثابة الدم الدافق عبر الشرايين الحياتية للموسسة، وبدورها تموت أو تضمحل الحركة الدائبة للموسسة وجميع أنشطتها ،ويمكن ايجاز أهمية الاتصال لادارة المؤسسات فيمايلي :

- يتم من خلال الاتصال نقل المعلومات والبيانات والاحصاءات و المفاهيم عبر القنوات المختلفة ،مما يسهم بشكل أو باخر اتخاذ القرارات الادارية و تحقيق نجاح الموسسة و نموها و تطورها .

تساهم الاتصالات في احكام المتابعة و السيطرة على الاعمال التي يمارسها أعضاء الموسسة من خلال المقابلات و التقارير التي تنتقل باستمرار بين الافراد ،عبر المستويات الادارية المختلفة وبذلك يتمكن المدير من الوقوف على نقاط الضعف الخاصه باداء الافراد والسعي لمعالجتها بشكل يتضمن كفاءة عالية في أداء المنظمة.

-الاتصالات هي المفتاح المؤدي للادارة ،فتنسيق الجهود يعد أساسا للنظام التعاوني حيث يتم على أساس هذا التنسيق تحقيق أهداف المنظمة بشكل فعال .

-تعد عملية الاتصال بين الافراد ضرورة أساسية في توجيه و تغيير السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة كما تعد أحد العوامل المؤثرة في اتجاهات الافراد العاملين داخلها .

-يتم من خلال عملية الإتصال إطلاع الرئيس على نشاط المرؤسين ، كما يستطيع التعرف أيضا على مدى تقبلهم لارائه ، أفكاره و اعماله داخل المنظمة ، وبمعنى آخر فان الإتصال يمثل وسيلة رقابية و إرشادية لنشاطات المدير في مجال توجيه فعاليات المرؤسين ، لذا فعملية الإتصال مهمة جدا بالنسبة للإداريين العاملين بالمؤسسة خاصة الإدارة العليا أو الجماهير الخارجية .¹

¹ - رجحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق ، ص35.

المبحث الثاني : عناصر الاتصال و نماذجه

تعتبر عملية الاتصال تفاعلا بين الافراد ، و لتسهيل تصور عملية الاتصال وضعت في نماذج متنوعه هدفها تنظيم و ترتيب عناصر العملية الاتصالية ومراحلها مع إظهار العلاقة بينهما ، وهذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال المطلب الاول بالاشارة الى عناصر عملية الإتصال ، المطلب الثاني مراحل الإتصال ، أما المطلب الثالث فيتضمن نماذج الاتصال.

المطلب الاول - عناصر العملية الاتصالية

تتطلب عملية الاتصال لكي تكتمل مجموعة من العناصر ، او المكونات الأساسية المترابطة والمكاملة لبعضها البعض نستطيع تحديدها فيمايلي:¹

1- المرسل (المصدر) هو المسؤول عن اعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات التي يحتاجها من يتعامل معهم افراد او جماعات في مواقف معين رغبة في تحقيق المشاركة بينه وبين من يتعامل معه .

2- الرسالة : هي الافكار و المفاهيم و الاحساسات والاتجاهات والقيم التي يرغب المرسل بإشراك اخرين فيها وذلك في موقف معين.

3- الوسيلة : هي الرمز او اللغة التي يستخدمها المرسل ليعبر عن رسالته او يرغب في توجيهه من افكار او مهارات او غير ذلك.

4- المستقبل : هو الفرد او الجماعة او الجماهير التي وجه اليهم المرسل ورسالته رغبة في اشراكهم فيما يهتم به من افكار او مهارات او غير ذلك.

5- التغذية العكسية : هي الاستجابة او الرسالة المضادة التي يرسلها المستقبل ردا على رسالة المرسل او الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة اليه.

6- التشويش و المؤثرات الاخرى : هي العملية التي تؤثر في كفاءة ادراك المقصود او المدلول في الرسالة و قد تتعلق هذه بالمرسل اليه و ادراكه و شخصيته او كيفية تسلم الرسالة او بقناة الاتصال او المؤثرات البيئية و متغيراتها الاخرى²

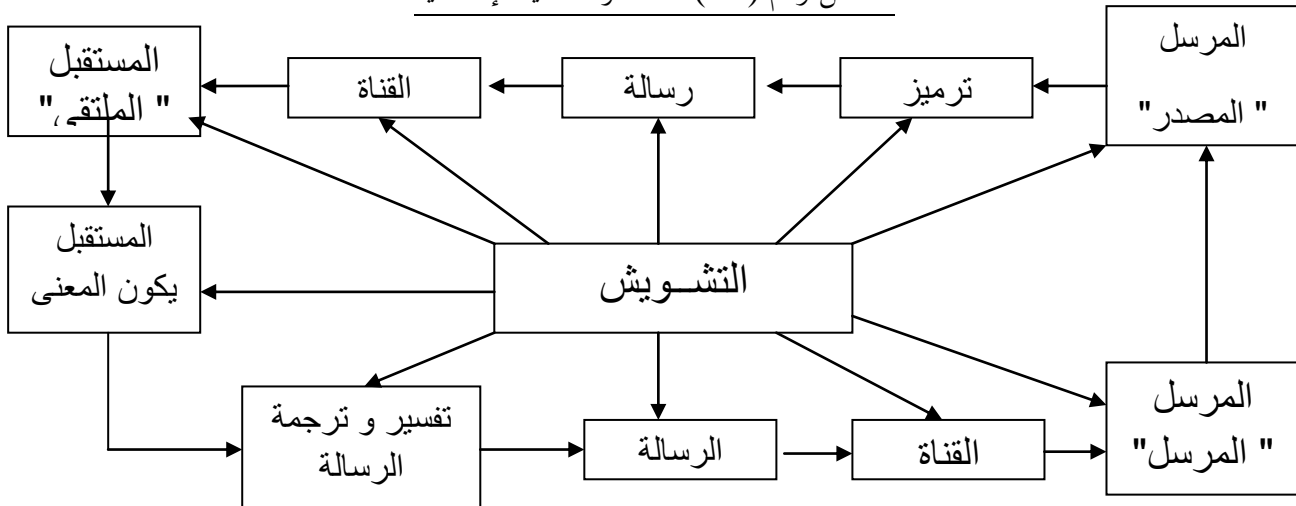
¹ - رنجي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق، ص ص (43،44).

² - عزام أبو حماد، الإعلام و المجتمع، الطبعة 1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان، 2011، ص 35.

7 الترميز : وهو وضع عملية الاتصال في الرسالة بشكل يفهمه المستلم كاستعمال اللغة ، الرموز او اية تعابير يتم الاتفاق عليها تساعد على تسهيل فهم مضمون عملية الاتصال .

8 تحليل رموز الرسالة (فك الترميز) : يتطلب من المستلم عند استلام الرسالة فك رموزها حت تعطي معنا كاملا و متكاملا و قد يقوم المستلم بتحليل و فهم الرسالة بشكل مخالف للمعنى المقصود لذلك كلما كان هناك تجانس و تماثل و تماثل بين المرسل و المرسل اليه من حيث المركز و التخصص والمستوى الثقافي و التعليمي و الخلفية الفكرية و الحضارية كان هناك درجة كبيرة في فهم المعنى المقصود من الرسالة .

الشكل رقم (01): عناصر العملية الإتصالية



المصدر: انظر في /حسين حريم، السلوك التنظيمي " سلوك الأفراد في المنظمات " الاردن ، دار زهران للنشر و التوزيع عمان 1997، ص: 334

المطلب الثاني : مراحل الإتصال

يتوقف نجاح عملية الإتصال من جانب كل من المصدر و المتلقي الى مرورها بعدة مراحل، نوجزها فيما يلي:¹

- مرحلة الإدراك : في هذه المرحلة يسمع المستقبل عن الرسالة الجديدة (فكرة ، خدمة ..) وما لغرض منها ، ونوع ما تحققه من اهداف وتركز برامج الاعلام والتوعية والاقناع على فرض الفكرة الجديدة على الجماهير بصفة عامة ، مع إيضاح أهميتها للفرد والمجتمع ويمكن تحقيق ذلك عن طريق وسائل الاعلام كالاذاعة ، التلفزيون ، الصحافة والمطبوعات .

¹ - السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، نفس المرجع السابق ، ص 67.

- **مرحلة الإهتمام** : فيما يهتم المستقبل بمعرفة المزيد من المعلومات عن الرسالة ، وغالبا ما يناقش الشخص هذا المعلومات مع ، أقربائه أو جيرانه أو أصدقائه الذين يثق فيهم ، وبعد الإنتهاء من تقييم المعلومات التي حصل عليها ويقتنع بصحتها فانه يتقبل الرسالة ، ويبدأ في إتخاذ قراره وذلك بتزويده بالايضاحات المعلومات والحقائق عن الرسالة الموجهة اليه ، إزالة ما به من شكوك ويكون ذلك عن طريق الإتصال المباشر من خلال الإجتماعات والمحاضرات والمقابلات الفردية.

- **مرحلة المحاولة والتجربة** : فيما يسعى المرء الى تجربة الوسيلة الجديدة ومحاولة استعمالها بتحفظ ويكون دور المرسل هو تشجيع المستقبل ، طمأنينة ، معاملته معاملة حسنة ، والعناية به ، كما يتحقق ذلك عن طريق الاتصال الشخصي أو الزيارات.

- **مرحلة الممارسة** : يقوم فيها بإستعمال الوسيلة التي إختارها وممارستها على أن يتم الاتصال الشخصي دوريا و بانتظام في المقابلات حتى يتأكد المستقبل بإقناعه التام بالفكرة الجديدة وممارستها من أجل الوصول الى تحقيق الهدف الذي خططت الهيئة المرسله الوصول اليه.¹

المطلب الثالث : نماذج الاتصال

بغية التعرف على تفاصيل عملية الاتصال و ماهية مكوناتها ، كان لابد من التطرق الى النماذج التي تحدد عناصرها الأساسية والعلاقة بينهما ، و يفرق الباحثون بين نوعين من نماذج الاتصال هما النماذج الخطية أحادية الاتجاه و النماذج التفاعلية متعددة الإتجاه و تتمثل الفروق في أن :

- تنظر النماذج الخطية الى الاتصال على انه يسير في خط مستقيم احادي الاتجاه من المرسل الى المستقبل

- تنظر النماذج الثنائية الى الاتصال على انه ظاهرة متغيرة بشكل مستمر ليس له بداية او نهاية كما تاخذ اعتبار المتغيرات المؤثرة في عملية الاتصال من الجماعات و اتجاهات الفرد والظروف الاجتماعية وليس الرسالة فقط و عموما فأهم النماذج تتمثل في :²

من اشهر النماذج الاتصالية وأقدمها هو نموذج ارسطو في الاتصال حيث حدد ثلاث عناصر اساسية لعملية الاتصال وهي : المتحدث ، اللغة ، الجمهور .

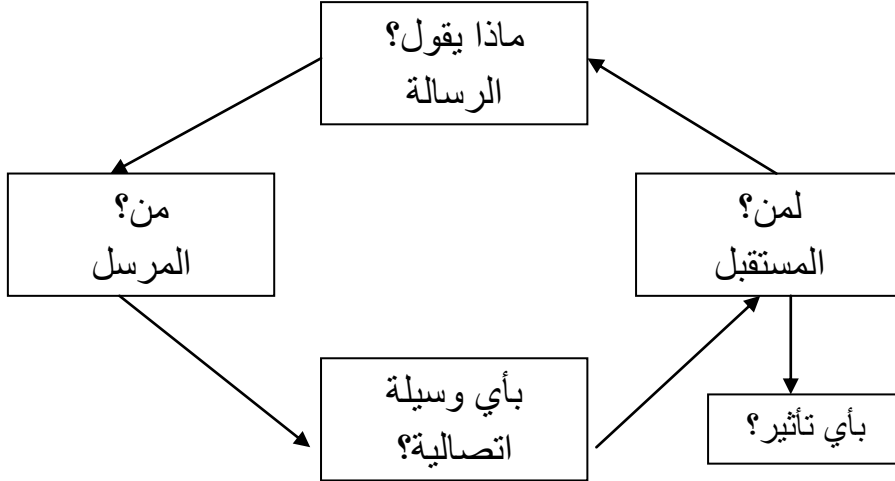
و بالرغم بساطة هذا النموذج الا ان معظم النماذج الحديثة بنيت عليه، لذلك سوف نركز في دراستنا على النماذج الحديثة و من اشهرها :

¹ - خيرى خليل الجميلي، نفس المرجع السابق ، ص ص (16،17).

² - حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، ط 01، مصر، دار الكتاب الجامعي، 2015، ص 41.

- نموذج هارولد لاسويل H.lasswell الذي نشر عام 1948 وهو نموذج لفظي يتكون من خمسة اسئلة تعبر عن عناصر عملية الاتصال وهي " من يقول ...؟ وماذا يقول ...؟ و لمن يقول ...؟ و بأي وسيلة...؟ وبأي أثر.....؟¹ و الشكل التالي يوضح هذه العناصر :

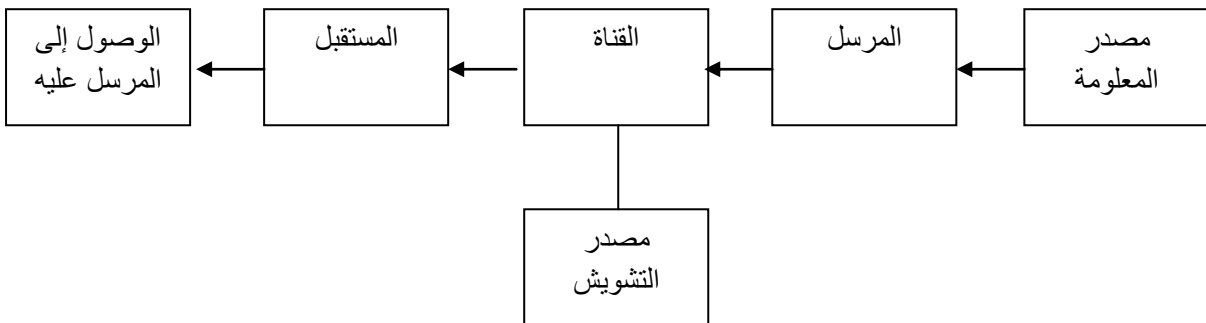
الشكل رقم (02): نموذج لاسويل في الإتصال



المصدر/ انظر في : محمد يسري دعبس، الإتصال و السلوك الإنساني " رؤية في أنثروبولوجيا الإتصال"، مصر: البيطاش سنتر للنشر والتوزيع الاسكندرية ، 1999، ص: 17

-نموذج شانون ويفر Weaver Shanon عام 1949 الذين ادخلا مصطلح الضوضاء او التشويش الذي قد يتداخل مع إرسال الإشارة من مصدرها إلى هدفها، ومن النقد الموجه لهذا النموذج هو عدم احتوائه على عنصر الأثر الرجعي أو الاستجابة بالإضافة إلى كون مساره احادي الاتجاه.

الشكل رقم (03): نموذج شانون و ويفر

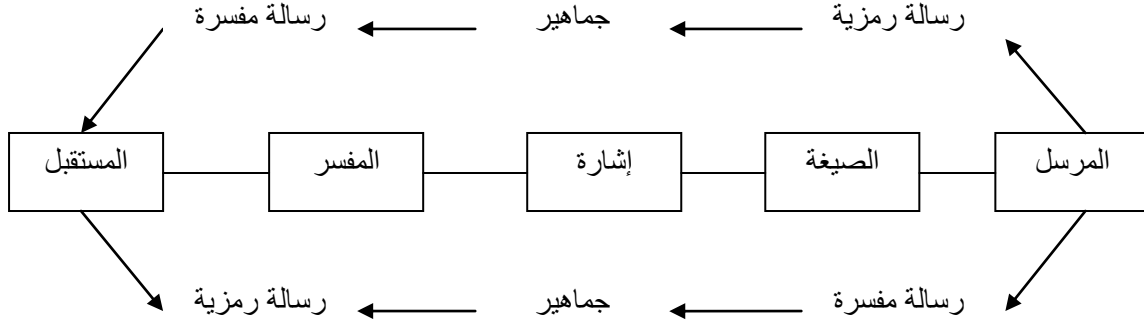


Source : Annie Bartoli, Communication et Organisation “ pour une politique générale coherente”, paris, 1991, p :62

¹ - يوسف ثمار، الإتصال و الإعلام السياسي، مصر، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 09.

- نموذج ويلبر شرام W.Schramm عام 1954 الذي ركز على الاطار الدلالي للمستقبل والمرسل اي انه لا يكفي ان تكون الرسالة في لغة يفهمها الطرفان بل يجب ان يكون للطرفين خبرات مشتركة ولاسيما لموضوع الرسالة نفسها.¹

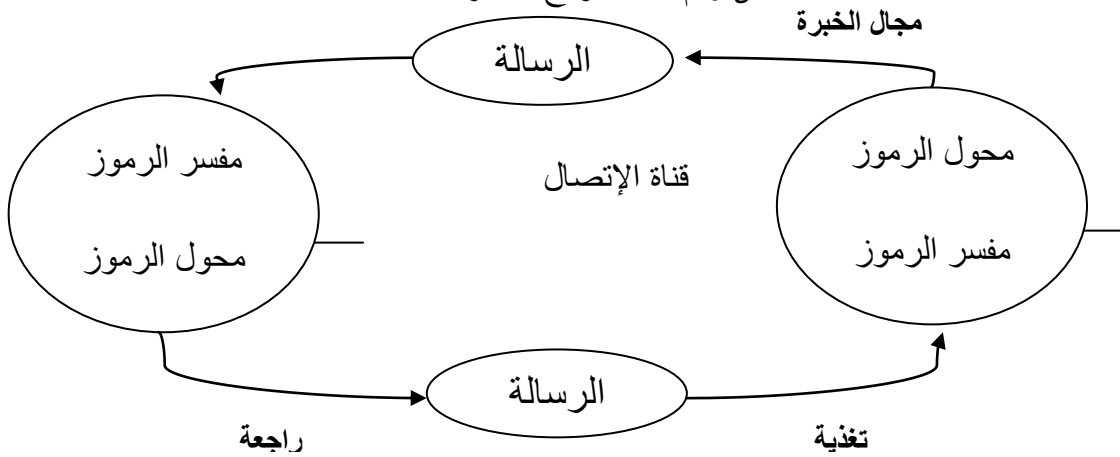
الشكل رقم 04: نموذج ويلبر شرام



المصدر/ انظر في : محمد سلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال ، الطبعة 1، الأردن، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة 2011. ص83.

- النموذج الدائري لـ اسجود Osgood سنة 1959 الذي يبين ان هناك تماثلا بين سلوك المرسل والمستقبل اثناء عملية الاتصال وتعتبر عملية الاتصال عملية تفاعلية متكاملة يقوم بها المرسل بثلاثة ادوار (مرمز ، مفسر ، ومحلل الرمز) وكذلك يقوم المستقبل بنفس الادوار الثلاثة السابقة والعملية الاتصالية عند اسجود عملية تفاعلية تامة على النحو التالي :

الشكل رقم 05: نموذج أسجود .



المصدر/ انظر في : رجبى مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات ، ط 1، الأردن، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان، 2005. ص74.

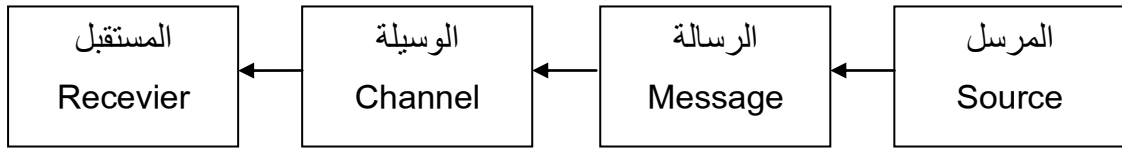
¹ - محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، الطبعة 01، عمان، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، 2011. ص81.

اما في الستينات ظهرت نماذج اخرى تمثلت في:

- نموذج بيرلو **Berlo 1960** - الذي تميز نموذجه بوضع عوامل ضابطة او محددات لكل عنصر من العناصر الاتصالية التقليدية الاربعة المصدر ، الرسالة ، القناة والمستقبل وهناك متطلبات هامة لابد من إنجازها حتى يتم الاتصال بكفاءة ومقدرة وفعالية ويمكن استعراض هذه المتطلبات فيما يلي:¹

1. أن يكون المرسل متاكدا من كفاية معلوماته ووضوحها.
2. أن يكون ترميز الرسالة على درجة كافية من الدقة وأن تكون الاشارات والعلامات قابلة للانتقال بسرعة وكفاية ودقة بغض النظر عن التداخل والمنافسة.
3. أن تفسر الرسالة تفسيراً يتفق مع ما كانت تقصده عملية الاعداد الرمزي.
4. أن تعالج الوجهة أو المقصد التفسير الرمزي لرسالة بحيث تحدث الاستجابة المرغوبة.

الشكل رقم 06: نموذج بيرلو



المصدر/ انظر في : ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات ، ط 1، الأردن، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان، 2005، ص 73.

- نموذج تيودور نيوكمب **T. Newcomb 1953** الذي يصف عملية الاتصال من حيث تغيير ما يحدث داخل الافراد عند ارسال المعلومات فيما بينهم لكونه عالم نفس اجتماعي معني بالتفاعل بين البشر ، وفي نموذجه يكون الاتصال هو الطريقة المشتركة و الفعالة التي يواجه الافراد بها مشاعرهم الخاصة نحو بيئتهم ، فهو نموذج مفسر لافعال الاتصال التي تحدث عن قصد بين شخصين .

الشكل رقم 07: نموذج نيوكمب

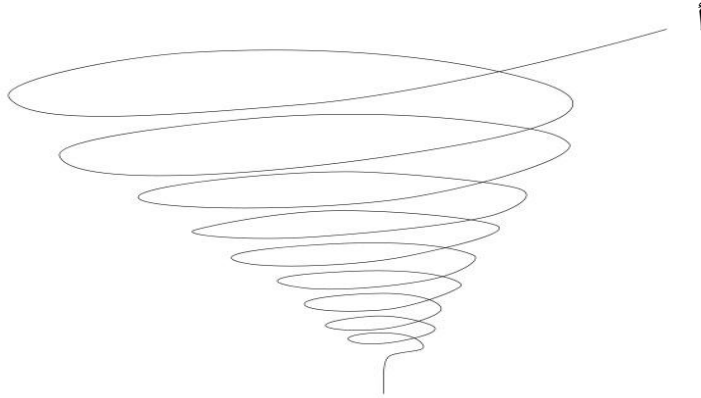


المصدر/ انظر في : حسني محمد نصر، نظريات الإعلام ، الطبعة 1 ، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي 2015. ص 53.

¹ - منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق ، ص 77.

- نموذج دانس **Dance 1967** - نشر فرانك دانس نموذج عن عملية الاتصال والذي يختلف اختلافا اساسيا عن النماذج السابقة ، وقصد به ان يعكس الاتصال على انه عملية تحويلية معقدة ، وقد حاول من خلال نمودجه الحلزوني دمج ملامح النماذج ذات الخط المستقيم مع الملامح النماذج الدائرية ، وقد اضاف (دانس) بعد جديد و هو البعد الزمني ، موضحا ان اي عملية اتصال تضيف خبرات جديدة لكل الاطراف المعنية بعملية الاتصال .

الشكل رقم 08 : نموذج دانس



المصدر/ انظر في : ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات ، ط 1، الأردن، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان، 2005، ص73.

المبحث الثالث :مهارات الاتصال ومعوقاته.

تُستخدم **مهارات التواصل** في المؤسسات بهدف إيصال الأفكار أو الرسائل بوضوح تام، لتجنب الوقوع في الفهم الخاطئ للرسالة أو سوء تفسيرها ، وعلى الرغم من تزايد أهمية مهارات التواصل في الحياة العملية، إلا أن الكثيرين مازالوا يواجهون صعوبة مما يُشكلُ لهم عائقاً كبيراً في خوض غمار المنافسة في العمل وتحقيق التقدم الوظيفي ، وفي هذا المبحث سوف نتطرق في المطلب الاول الى تعريف مهارات الاتصال و أنواعها ، المطلب الثاني الأساليب الاتصالية ، أما المطلب الثالث معوقات الإتصال.

المطلب الأول: تعريف مهارات الاتصال و أنواعه

تهدف المؤسسات الحديثة الى رسم سياسات أو استراتيجيات خاصة بها من خلال إعداد خطط و برامج عمل تتماشى و مهاراتها و أساليبها الاتصالية.

أولاً : تعريف مهارات الإتصال

هو نشاط عضوي ارادي مرتبط باليد او اللسان او العين او الاذن و يتوقف الاتصال الفعال على مدى اتقان مهاراته و التحكم فيها ، ويكتسب اهمية من القدر الزمني المبذول في مزاولته كنشاط رئيسي من جهة و كظاهرة اجتماعية من جهة اخرى كما انها ذلك النجاح الذي يحرزه الفرد و يتركز على قدراته على الاتصال فالشخص العاجز عن الاتصال مع الاخرين هو شخص فاشل¹ و اذا كانت الطريقة تعني و وسيلة عمل شيء فالمهارة تعني القدرة على عمل شيء ، وهي درجة الكفاءة و الجودة في الاداء ومنها القدرة على استخدام المعلومات بفاعلية و التنفيذ و الاداء بسهولة و يسر ، كما انها نشاط هادف يتطلب تدريباً و ممارسة منظمة.²

ثانياً : أنواع مهارات الإتصال

تتطلب عملية الاتصال في مختلف مستوياتها وظروفها مهارات اساسية يجب على المراسل والمستقبل أن يتقنها ، كما يمكنه تطويرها بنفسه من خلال القراءة والتعلم والخبرة في المواقف المختلفة³ التي تحتاج الى عمليات اتصال بأشكالها وانواعها المختلفة، وتتلخص هذه المهارات فيما يلي:

- 3- **مهارة القراءة:** تعد القراءة واحدة من المهارات التي لا يمكن الاستغناء عنها في مختلف مراحل التعلم والحياة، من خلالها يتعلم الفرد كيف يقرأ ويفهم ويتخيل ويقارن ويستنتج ، وبالتالي تساهم القراءة في تطوره العقلي والعاطفي والاجتماعي. وتعد القراءة من أهم اساليب اكتساب المعرفة والثقافة والحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة كالكتب والمجلات والجرائد والقصص والبحوث والدراسات وغيرها من المطبوعات وعلى الرغم من منافسة المواد السمعية والبصرية للمواد المطبوعة ، إلا أن القراءة لا زالت تلعب دوراً متميزاً في مجال التربية والثقافة والعلوم .
- 4- **مهارة الكتابة:** تعد مهارة الكتابة مهارة اساسية وضرورية للاتصال الكتابي والكتابة ليست مهارة طبيعية بل تحتاج الى تدريس منتظم ودقيق فيجب أن تدرب اليد على الحركات المعقدة للقيام

¹ - أسعد الزغبي، مهارات الإتصال، ج2، الأردن، مطبوعة الجامعة الأردنية ، د ت، ص21.

² - منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق ، ص43.

³ - رجحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق ، ص 143.

بكتابة كل حرف كما ويجب أن تعمل اليد والعين معا في هذه المهارة وهي مصادر ثابتة للاعلام والاتصال.¹

ويعد الاتصال الكتابي أكثر رسمية من الاتصال الشفوي ولهذا يستخدم كثيرا في الادارة والعلاقات الرسمية، وتعتمد مهارة الكتابة على استخدام قواعد اللغة وعلى المهارة في عرض المادة المكتوبة ولهذا يجب ان تكون الرسالة المكتوبة كاملة في ذاتها .

وتعرف الكتابة بانها: نظام للاتصال الانساني بوساطة الرموز البصرية او الاشارة. وهي طريقة مباشرة لتسجيل وإيصال الافكار والمعلومات وهي نتاج للعقل واليد معا في تمثيل مرئي ومسجل على الورق وقد أنتجت لنا التكنولوجيا الحديثة العديد من طرق الاتصال الكتابي الاخرى مثل الكتابة من خلال معالج النصوص في الحاسوب.

5- مهارة التحدث: يعد التحدث فنا ومهارة وموهبة فهو فن لانه شخصي أي يعتمد على شخصية الانسان ومقدار حماسه وابداعه، وهو مهارة لانه يحتاج الى التنمية والتدريب والتحسين للوصول الى الافضل وهو موهبة لان العوامل السابقة وحدها لا تصنع المتحدث الناجح والمؤثر في الاخرين.

ويجب أن نعرف أن مهارة التحدث كواحدة من مهارات الاتصالات الاساسية تكتمل وتتكامل مع المهارات الاخرى اللازمة للاتصال الناجح والفاعل وهي مهارة الكتابة والقراءة والاصغاء، والتي يجب أن تتوافر جميعا لدى المتحدث ، ويمكن القول أن أهم خطوة للحديث الناجح هي الإعداد المسبق له وهذه الخطوة تحتاج الى ما يلي:

1- التعرف على الجمهور المستمع من حيث خصائصه وصفاته: حجم الجمهور متوسط اعمارهم مستوياهم التعليمية، اتجاهاتهم نحو الموضوع ونحو المتحدثالخ).

2- اختيار الموضوع : وهنا يجب على المتحدث مراعاة ما يلي:

— اختيار الموضوع الذي يعرف عنه كثيرا.

— أن يحدد الموضوع بدقة ، ويجمع عنه المعلومات الكافية لتغطيته والمناسبة لمدة الحديث.

— ان يضع في اعتباره اهتمامات الجمهور وم ايشغلهم.

— أن يجعل نبرات صوته ملائمة لموضوع الحديث.

- ابتعد عن التهديد في المناقشة.²

3- تحديد الغرض من الحديث .

¹ - فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجيااته الحديثة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع 2012، ص

13.

² - علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان، مهارات الإتصال، الطبعة 1، الأردن، دار الإعصار للنشر و التوزيع عمان، 2010، ص43.

4- جمع المعلومات .

5- تنظيم محتوى الحديث في نقاط رئيسية منظمة حسب أهميتها لاجداث انطباع جيد عن الجمهور.

6- طريقة تقديم الحديث.

ويؤثر مظهر المتحدث وحركاته في الجمهور بشكل كبير ولهذا يجب عليه ارتداء الملابس المناسبة للموقف كما يجب عليه عدم الوقوف على المنصة بتراخ وأن يبدو مبتهجا عند الحديث، وأن يوجه بصره للجمهور دائما، وتساعد الایماءات والحركات لليدين والوجه والجسم في تأكيد مضمون الرسالة احيانا ، ولكن يجب عدم المبالغة في هذه الحركات.

مهارة الاصغاء او الانصات :

يعد الاصغاء مهارة اساسية للاتصال الشفوي او اللفظي وهناك فرق بين الاستماع والاصغاء حيث يتطلب الاخير الفهم والادراك لما يقول المتحدث -الاستيعاب -التذكر -الاستجابة و من شروطه :

- اثاره رغبة المتحدث في الارسترسال و الاستمرار في طرح الفكرة و اشعاره باهمية ما يقوله .

- فهم و تفسير و تحليل و تقييم اراء و افكار و تعبيرات المرسل كما هي.¹

مهارة التفكير : تعتبر هذه المهارة ملازمة لكل عملية اتصال لانه اذا نظرنا الى المهارات السابقة لوجدنا انه يصاحبها دائما قدر من التفكير ، ولذا كان التفكير مهارة اساسية لكل اتصال جيد و بدونه لا تنجح عملية اتصال من اي نوع.

مهارة الإتصال الرقمي (استخدام التكنولوجيا): بدأ الاتصال الرقمي مع بداية استخدام الحاسب الألي حيث تبع ذلك إعداد البرامج التي من خلالها تعد الرسائل كنظام ميكروسوفت ، كما توافرت برامج مخصصة في ادارة عمل الشبكات و توفير المسارات الخاصة لكل مستخدم و تنظيم اولويات استخدام قواعد البيانات و مراقبة تشغيل الشبكة²، لذا لا بد من الإستعمال الجيد للوسائل التكنولوجية الحديثة للعملية الإتصالية خاصة بعد تقدم التكنولوجيا لنظام المعلومات ، و لضمان فاعلية عملية الاتصال يتطلب الامر مهارة في استخدام هذه الوسيلة (الحواسب و نظام المعلومات) نظرا لما تحققه من مزايا باقل جهد و وقت ، يعجز العقل البشري عن الوصول اليها .

- **مهارة الحصول على المعلومات الكافية لنجاح التعامل :** قد تتوافر المعلومات في المنظمة ولكن المشكلة في عدم توافر المهارة في الحصول عليها وحتى يتمكن المدير من الحصول على المعلومات بالدقة و السرعة المطلوبة فلا بد من توافر مهارات التعامل مع الاخرين و ذلك من اجل الحصول على المعلومات التي يريدونها.

¹ - منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق، ص 53.

² - عبد الرحمان ابراهيم الشاعر، نفس المرجع السابق، ص 153.

مهارة التعامل مع الاخرين : يتعامل المدير مع من يراسه في السلم الوظيفي وكذلك يتعامل الفرد مع جمهور مختلف من الناس ولذا من الهمية التعرف على طبيعة الرؤساء او الجمهور و انماطهم السلوكية ومدى نضجهم الفكري ونوع علاقات العمل التي يجذبونها و مستوى التفاهم معهم .

مما سبق نستخلص ان المهارات الاتصالية المختلفة ، و المتعددة ضرورة اساسية لنجاح الاتصال و العلاقات العامة التي تستخدم كافة الأشكال و القنوات و المهارات في مزيج اتصالي متكامل لتحقيق اهدافها في الشرح ، التفسير ، الاقناع و الإعلام و القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة السليمة و المحافظة على صورة المؤسسة في الحالات العادية و الازمات ، الأمر الذي يستدعي الاهتمام بتدريب و تأهيل مهارات الموظفين تماشيا و النشاطات الاتصالية للعلاقات العامة .

المطلب الثاني : أساليب الإتصال

في مجال الاساليب الاتصالية ، نجد ان هناك اساليب عديدة إتفق عليها الباحثون¹ ، و أما عن استخدامها في العلاقات العامة فنجد انها تعتمد على العملية الإتصالية بين المرسل والمستقبل داخل المؤسسة و خارجها عن طريقها نقل المعلومات ، إذ تنقسم هذه الأساليب إلى ثلاث أنواع² : الاتصال الكتابي ، الاتصال الشفوي ، الإتصال غير اللفظي .

01- الإتصال الكتابي : يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكلمات المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المستقبل ، ويعتبر هذا الأسلوب من أهم الأساليب الاتصالية في المؤسسة ولكي يتحقق يجب أن تتسم الكلمات المكتوبة بالبساطة ، والوضوح والدقة . كما تتم من خلال قنوات الاتصال الشخصي والجماهيري و منها : الرسائل ————— الداخلية / المذكرات / التقارير / القرار / المناشير / الإعلانات . و نجدها أيضا على شكل : مجلة المؤسسة - صندوق الإقراحات .

يتميز الأسلوب الكتابي أنه يمكن من الرجوع إلى الكلمات المكتوبة كلما دعت الحاجة إلى ذلك كما يحمي المعلومات من التحريف والتشويه.

02- الإتصال اللفظي (الشفوي): كما يمكن كذلك أن تتم العملية الاتصالية في المؤسسة من خلال الأسلوب اللفظي أو الشفوي ، أي عن طريق الكلمات المنطوقة ، وهذا الاسلوب يتميز عن الاسلوب الكتابي ، بانه أكثر سهولة وأكثر استخداما ، خاصة في المواضيع التي تحتاج إلى شرح وتفسير . حيث

¹ - زيدان عبد الباقي ، وسائل واساليب الإتصال ، الطبعة 2، مصر، مكتبة النهضة المصرية القاهرة، 1979، ص 17.

² - الامين بلقاضي ، نفس المرجع السابق ، ص 73.

يمكن الاجابة عن التساؤلات المطروحة بوضوح وفي الحال وهو نوعان : اتصال شفوي مباشر واتصال شفوي غير مباشر ، أو باستعمال وسيط.

يتطلب الاتصال الشفوي ، المباشر حضورا جسديا لكل من المرسل والمستقبل ويتجسد ذلك في المقابلات والإجتماعات في حين أن الاتصال الشفوي غير المباشر ، يتم عادة باستعمال الوسائل السمعية كالهاتف البريد الالكتروني الذي يعتبر الوسيلة المركزية والأكثر إستعمالا في المؤسسة.

3- الإتصال غير اللفظي : إلى جانب النوعين السابقين ، نجد كذلك الأسلوب غير اللفظي ويتميز هذا الأسلوب بتأثيره السريع وقدرته في نقل المعلومات والحالة الإنفعالية كما يصعب التحكم فيه لأنه غالبا ما يتم بتلقائية وعفوية .

من أهم السوكات غير اللفظية نجد حركات الجسم ، تقاسيم الوجه ، التمرکز عند التحدث مع الآخر المستقبل ، بالإضافة إلى التقارب الذي يمثل المسافة التي تفصل بين المرسل والمستقبل .

من أهم الوسائل غير اللفظية ، التي يمكن أن نجدها في المؤسسة : الفيديو أو الإتصال التصويري ، الذي يتم عن طريق استخدام الصور والرسومات ، لنقل المضمون الاتصالي.¹

مما سبق ذكره نجد ان العلاقات العامة تستخدم كافة الاساليب الاتصالية المتنوعة ، في مزيج اتصالي متكامل لتحقيق الاهداف المسطرة من طرف المؤسسة.

المطلب الثالث : معوقات الإتصال.

تعرض عملية الاتصال الى مشكلات قد تحدث في اي مرحلة من مراحل الاتصال وفي اي وقت من اوقاته ، وقد تنتج هذه المعوقات عن المرسل او الرسالة او المستقبل او قناة الاتصال او الظروف البيئية والخارجية المحيطة بالعملية.

ويقصد بمعوقات الاتصال جميع المؤثرات و المشاكل التي تصادف عناصر العملية الاتصالية و تؤثر على تاديتها للدور المنوطة به الامر الذي ينعكس على اتمام عملية الاتصال على الصورة المطلوبة او المرغوب فيها و المحققة للهدف المرجو منها ومن اهم المعوقات :²

¹ - الامين بلقاضي ، نفس المرجع السابق ، ص 75 .

² - محمد صاحب سلطان ، نفس المرجع السابق ، ص 102.

1- المعوقات الفردية: ترجع هذه المعوقات إلى أن الأفراد مختلفون، و تنعكس مثل هذه الاختلافات على طريقة فهم اللغة المستخدمة بينهم بل و على طريقة إستخدام اللغة ذاتها. فاللغة وبخاصة عندما تكون غير واضحة او غامضة او عند استخدام اللغة او المتخصصة في غير مناسبتها وقد تشكل طريقة استخدام اللغة المستقبل ، وتعتبر اللغة الاجنبية و اختلاف اللهجات و اختلاف مدلولات الالفاظ بين البيئات المختلفة عائقا كبيرا ، ومن مشكلات اللغة ايضا اساءة تفسيرها من قبل المستقبل ، وعدم القدرة على التعبير وعدم القدرة على الكتابة او القراءة او التحدث عند احد اطراف عملية الاتصالات (المرسل او المستقبل او كلاهما).

2. المعوقات المرتبطة ببيئة العمل: و التي يمكن إجمالها في العديد من الأشياء منها تحول رجل الإدارة العليا إلى المعوق الأكبر في نظر أفراد التنظيم، في عدم رغبة هذا الفرد في الإتصال بالعاملين في منظمته أو عدم وجود سياسة واضحة للإتصال، فضلا عن عدم فاعلية القيادة الإدارية، كعدم وجود خريطة تنظيمية واضحة ، قصور انظمة وقنوات الاتصال المتوفرة لدى المؤسسة ، عدم وجود نظام للمعلومات عدم استقرار التنظيم الاداري ، غموض السلطة التي تصدر الاوامر وعدم وضوح نطاق السلطة والاشراف.

3. المعوقات الميكانيكية: تعكس هذه المعوقات عدم وجود قنوات إتصال فعالة، و يمكن إجمال هذه المعوقات بمايلي:

أ. الهيكل التنظيمي: و هو تعبير عن مجموعة العلاقات بين جميع مكوناته، و عليه فإن أي تجاهل للمبادئ السليمة للتنظيم أو الخروج عليها سيؤدي و لا شك إلى الإقلال من فاعلية عملية الإتصالات لعدم وضوح الإختصاصات و السلطة المسؤولة، وعدم توفر قنوات كافية ومناسبة للاتصال ، عدم فعالية القنوات المستخدمة ، مشكلة الشويش على القنوات المستخدمة سواءا القنوات المتوفرة ومعوقات ناتجة عن طبيعة شبكات الاتصال المستخدمة.

ب. المسؤولية الوظيفية: السبب في عدم فاعلية نظام الإتصالات إلى عدم وجود وظيفة خاصة بالإتصالات يشرف عليها شخص مسؤول.

ج. التباعد الجسماني بين الأفراد: تملّي طبيعة العمل و خاصة في المنظمات الكبيرة الحجم، أن يتباعد الأفراد عن بعضهم تباعدا جسمانيا، و في هذه الحالة قد تقل فاعلية عملية الإتصالات، نظرا لعدم تأكّد المرسل من قيام الملتقى بإستلام الرسالة المرسله له و فهمها فهما صحيحا، بالإضافة إلى مشاكل اللغة و إستخداماتها.¹

¹ - عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، نفس المرجع السابق ، ص71.

خلاصة الفصل

من خلال ماسبق نجد ان للعملية الاتصالية ، دور مهم في تنظيم ، تنسيق الاعمال و النشاطات التي يقوم بها الافراد فيما بينهم ، داخل المؤسسة او في تعاملاتهم مع الجمهور الخارجي، من خلال تبادل المعلومات و الافكار التي تكون مضمون الرسائل الاتصالية بالاضافة الى تطوير جهودهم في اكتساب الخبرات و القدرات التي تمكنهم من تطوير المهارات الاتصالية ، التي لها اهمية كبيرة في عملية التواصل فمن جهة تحدث عملية اتصال و من جهة اخرى يبرز الاقناع وجذب الاخرين ، من خلال هذه المهارات وبرغم التحديات و الصعوبات التي تواجه العملية الاتصالية ، غير ان اكتساب هذه المهارات قد يغطي نوعا من العيوب في العملية الاتصالية من خلال جذب الاخرين للتواصل مع من يتقن هذه المهارات ، خاصة وانها ساهمت في زيادة التقدم التكنولوجي الذي جعل من العالم عبارة عن قرية كونية صغيرة، وتكوين رأي عام عالمي من خلال وسائل الإعلام الجماهيري أو شبكات التواصل الاجتماعي ، سواء في نشرها على أوسع نطاق أو آنيتها وسرعة انتشارها.

الفصل الثاني

ماهية العلاقات العامة

تمهيد

عرف المجتمع العديد من العلاقات بين أفرادها، اختلفت، تنوعت وتباينت من فرد وجماعة إلى أفراد وجماعات أخرى وهذا بتعدد إنتمائهم، ميولهم، اتجاهاتهم وأرائهم، لذلك وجب التخطيط والدراسة لكل راغب في التأثير على الآخرين أو تشكيل رأي عام حول موضوع معين، ومنه الوصول إلى محاولة تنظيم هذا التأثير على الآخرين أو التأديب لنشاط معين وهدف محدد ومقصود عن طريق العلاقات العامة باعتبارها القلب النابض لكل منظمة او مؤسسة فكان من الواجب دراسة كل الجوانب الخاصة بالعلاقات العامة حتى يتسنى لنا فهمها تحليلها ، وفي هذا الفصل سيتم التطرق الى ذلك بشيء من التفصيل من خلال المباحث الموالية :

المبحث الاول : طبيعة العلاقات العامة

المبحث الثاني : وظائف وانواع العلاقات العامة

المبحث الثالث : تنظيم العلاقات العامة

المبحث الاول : طبيعة العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة القلب النابض لكل نشاطات المؤسسات على المستويين الداخلي والخارجي ، كونها تمثل اداة للتواصل و الاداء الجيد الذي يعكس مختلف الجهود و البرامج لبناء الصورة الحسنة للمؤسسة .

وفي هذا المبحث سوف نتطرق في المطلب الاول الى التعريف و النشأة ، المطلب الثاني :الاهمية والاهداف و المطلب الثالث مبادئ العلاقات العامة .

المطلب الاول : التعريف و النشأة

يعتبر مفهوم العلاقات العامة من المفاهيم التي يشوبها بعض الغموض لدى الكثير من الخبراء و الممارسين و الهيئات و المنظمات ، الأمر الذي ادى الى وجود تعريفات متعددة.

اولا: مفهوم العلاقات العامة :

لغة: العلاقات العامة مصطلح مركب من لفظتين ، (العلاقات) و(العامة) ، ونبين معناهما على النحو التالي:

1- العلاقات :جمع علاقة من الفعل الماضي علق يعلق عُلوفاً؛ والعُلوق هو تدلي شيء من شيء أعلا منه؛ تقول: (علقت الشيء إذا جعلته يتدلى من شيء هو أعلى منه)، وكل شيء التزم شيئاً فقد علق به جمعها علائق و تعني الارتباط يقال " لي في هذا علاقة " أي تعلق.¹
وعلى ذلك فالعلاقات هي صلات تتصل الأشياء بها بعضها مع بعض.

2- العامة : خلاف الخاص أي عامة الناس ، يقال " جاء القوم عامة " أي جميعاً.²

- **اصطلاحا :** يعتبر مفهوم العلاقات العامة من المفاهيم التي يشوبها بعض الغموض لدى الكثير من الخبراء والممارسين والهيئات والمنظمات المختلفة ، الامر الذي ادى الى وجود تعاريف متعددة لها تتسم بالتفاوت والتباين وفيما يلي رصد لأهمها³:

¹ - مجموعة من المؤلفين ، نفس المرجع السابق ، ص 526.

² - المرجع نفسه، ص 528.

³ - أمنة بوشراي ، سالم بركاهم، << التغيير الثقافي من خلال العلاقات العامة دراسة تقييمية للوزارات الجزائرية >> ، المجلة الجزائرية للعمولة و السياسات الاقتصادية ، العدد 06. الجزائر. 2015 ، ص 213.

-تعريف ايفي لي (Ivy Ledbeter Lee): الاب الروحي للعلاقات العامة كما يسمونه يرى بأن " مهمة العلاقات العامة تتصل بالإعلام ونشر المعلومات الصحيحة عن المنظمة للجمهور وذلك لكسب وده وتستخدم في ذلك الاخبار والصور وإذاعة البيانات والتعليقات وعرض الافلام وتنسيق المعارض و الندوات، كذلك تستخدم اساليب الدعاية عندما تقوم بالتأثير الانفعالي على الجماهير، تلجأ الى الاعلان بوسائله المختلفة ، وقد تنطوي انشطة العلاقات العامة على بعض النواحي التعليمية والتثقيفية لجماهير المنظمة الداخلية والخارجية.¹

بينما نجد أن ادوارد برني (Edward Bernays) : وضع مفهوم حديث للعلاقات العامة على اساسها :²

* معلومات يتم تغذية الجمهور بها.

* عمليات اقناعية موجهة الى الجمهور بهدف تعديل اتجاهاته وسلوكه.

* مجهودات لخلق تكامل بين اتجاهات وتصرفات المنظمة واتجاهات وتصرفات جمهورها.

* الانشطة التي تقوم بها المنظمة لتحقيق علاقات طيبة مع الجمهور.

ان العلاقات الطيبة مع الجمهور تتكون مع مرور الوقت من الاداء الذي يرضي الجمهور وإعلامه بهذا الاداء فالفكرة الرئيسية للعلاقات العامة هي اعمل جيدا وعرف بما تعمل " وقد تم التعبير عن هذا المبدأ الاساسي في شكل العلاقة الاتية : " اداء جيد + اعلام صادق = علاقات عامة طيبة "

كما عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة (I.B.R.A) : " العلاقات العامة هي وظيفة الادارة المستمرة و المخططة والتي تسعى من خلالها المنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تتعامل او يمكن ان تتعامل معها.³

على غرار ما سبق نجد ان جمعية العلاقات العامة العربية ترى ان : العلاقات العامة هي مسؤوليات و انشطة الاجهزة المختلفة في الدولة سياسيا ، اقتصاديا ، اجتماعيا و عسكريا للحصول على ثقة و تأييد جمهورها الداخلي او الخارجي ، و ذلك بالاخبار الصادقة و الاداء

¹ - غريب عبد السميع ، نفس المرجع السابق ، ص 49 .

² - محمد كريمة فريجة. << العلاقات العامة: نظرة تحليلية دراسة ميدانية لمؤسسة الكهرباء و الغاز الجزائرية >> ، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمارك . العدد 5/4 . د ت ، ص 133.

³ - Jean Chaumely et Denis huisman. **Les relations publiques**. France.:Press universitaire de France -Vendome- 1967، P6.

النافع الناجح في جميع مجالات العمل ووفقا للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشدا وهاديا و منيرا في بناء الوطن.¹

استمرارا لذلك ترى جمعية العلاقات الامريكية أن العلاقات العامة ذلك النشاط الموجه لبناء و تدعيم علاقات سليمة منتجة بين المؤسسة و جمهورها كالعملاء و الموظفين و المساهمين عام بهدف تسهيل عملية صياغة سياستها حسب الظروف المحيطة بها و شرح هذه السياسة للمجتمع.²

بينما يعرف معهد العلاقات العامة البريطانية العلاقات العامة بانها الجهود الادارية المرسومة و المستمرة ، التي تهدف الى اقامة و تدعيم تفاهم متبادل بين هيئة و جمهورها.³

استنادا الى ما سبق نجد أن العلاقات العامة ذلك النشاط الذي يهدف الى كسب ثقة الجماهير مع إحداث قدر من التكيف ، أو التوافق بين مواقف ، اتجاهات ، سياسات هيئة معينة ، مواقف واتجاهات ، وآراء الجماهير النوعية التي تربط مصالحها العامة ، كما انها الجهود المخططة ، المدروسة و المستمرة الهادفة لبناء علاقات جدية قائمة على اساس التفاعل ، الاقناع ، الاتصال المتبادل بين المنظمة و جمهورها وعليه نستطيع القول أن العلاقات العامة هي ذلك الفن الذي يرسم الطريق أمام المؤسسة للحصول على رضا الجمهور وتحقيقه المصلحة العامة.

ثانيا : نشأة العلاقات العامة:

ترجع ممارسة العلاقات العامة منذ تواجد الاتصالات الانسانية نفسها ، ويمكن الاشارة الى ذلك في العديد من الحضارات القديمة مثل البابلية ، الإغريقية و الرومانية ، اين تم إقناع الافراد بقبول سلطة الحكومة و الدين ، من خلال الاليات العامة للعلاقات العامة ، كالاتصالات الشخصية الخطابات الأداب الخ ، غير ان هذه المحاولات لم تسمى علاقات عامة لكن هدفها مثل الممارسات الحالية.⁴

و عموما نستطيع القول بأن تطور و نشأة العلاقات العامة ، شهد أربعة مراحل :

¹- عبيدة صبطي ، مسعودي كلثوم ، مدخل الى العلاقات العامة، ط1 ، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، 2010 ص 49

²- محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق، ص 34.

³- جمال أبو شنب، نفس المرجع السابق. ص 65.

⁴- عبد الرزاق ديلمبي. العلاقات العامة في المجال الدولي، ط2، الأردن: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015، ص21.

المرحلة الأولى : وهي مرحلة الظهور و النشأة ، تمتد حتى ثلاثينيات القرن التاسع عشر حيث كانت تتم ممارسات إتصالية ، تعتمد على الإتصال المباشر و إتسعت لتشمل أغراض النشر والإعلان.

المرحلة الثانية : وهي مرحلة الدعاية و النشر ، تمتد من سنة 1830 حتى نهاية الحرب العالمية الأولى صاحبها نشأة الطباعة ، إتساع إستخدام الإعلام لتسويق السلع ، و إهتمام السياسيون للإتصال بال جماهير ، — من الناخبين و بدأ مصطلح العلاقات العامة في النشأة ، و الظهور و هي المرحلة التي أنشأ فيها **إيفي لي** مكتب للنشر ووضع أسس العلاقات العامة و مبادئها .

المرحلة الثالثة : وهي مرحلة الإتصال بالاتجاهين ، كانت ما بين الحربين العالميتين ، كما شهدت هذه المرحلة نشأة مؤسسات أهلية للعلاقات العامة ، و أصبح الإعلام ضرورة ماسة لمتابعة الجماهير لتطورات عصرها .

المرحلة الرابعة: وهي تمتد حتى اليوم تميزت بتطور العلاقات العامة بالتركيز على الرسالة و مضمونها إعدادها و نشأة شركات العلاقات العامة ، ممارستها ، و تزايد دراسة العلاقات العامة كعلم في الجامعات و الأبحاث و المؤلفات و الدوريات العلمية¹.

المطلب الثاني : أهمية العلاقات العامة واهدافها .

تعدد التعاريف حول مفهوم العلاقات العامة ، وهذا ما يبرز أهميتها و اهدافها التي تسعى اليها .

اولا: أهمية العلاقات العامة .

العلاقات العامة هي أداة إتصال مقنعة يتم استخدامها من طرف الفرد أو المؤسسة من أجل حث أو تحريك الافراد الاخرين ، أو مؤسسات ليساعدوهم في الوصول الى اهدافهم² ، ولقد برزت العلاقات العامة كمهنة متخصصة في ظل تطوير الحياة الإقتصادية ، والصناعية تقدم خبراتها وإستشاراتها لمؤسسات الأعمال وترسم الخطط لحمالاتها الإعلامية .

و تسعى العلاقات العامة الى تحقيق جملة من الاهداف ومنها :

— في المنظمة الصناعية تسعى العلاقات العامة إلى كسب ثقة الجمهور في المنظمة وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة شهرة المنظمة وتحسين سمعتها وارتفاع مكانتها لدى الجمهور وبناء سمعة طيبة لمنتجاتها ويعاون ذلك على زيادة حجم المبيعات .

¹ - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي ، نفس المرجع السابق ، ص ص (23-24) .

² - جمال أبو شنب، نفس المرجع السابق، ص 64.

- في المنظمة الخدمية تسعى العلاقات العامة إلى دعم ثقة الجمهور بالمنظمة وبناء سمعة طيبة لها وتقدير الجمهور لرسالة المنظمة وإنجازاتها وخدماتها.
- تساهم العلاقات العامة الجيدة في أن تسود علاقات عمل جيدة بالمنظمة وهذا من شأنه تسهيل تدبير احتياجات المنظمة وتساهم في الاستقرار.
- تسهل العلاقات العامة الطيبة عملية التمويل المنظم سواء عن طريق زيادة رأس المال حيث يثق المساهمون في المنظمة أو عن طريق القروض.
- تساهم العلاقات العامة الطيبة في حسن تقدير و فهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أو من قبل الجمهور الذي تتعامل معه المنظمة وهذا مايساعد على اتخاذ الراي المناسب بشأها¹.
- تساهم العلاقات العامة في توجيه وارشاد الإدارة إلى ما فيه صالح الجمهور حيث يكون من السهل على الإدارة أن تقف على آراء واتجاهات الجمهور الذي تخدمه المنظمة لتكون تحت نظرها عند وضع الخطط والسياسات والبرامج.
- تحقق العلاقات العامة الطيبة ثقة الموردين والوسطاء والوكلاء والعملاء والمستهلكين والدوائر الحكومية وتوطد معهم جميعا أوامر التعاون والمنفعة المتبادلة .
- وبالتالي فالعلاقات العامة تعمل على تحقيق التكيف الانساني وكذا التوافق بين الهيئات و المؤسسات و بين الجماهير².

ثانيا : أهداف العلاقات العامة:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في الآتي:³

- 1- احداث نوع من الاتصال ذو اتجاهين بين المؤسسة و عملائها بما يمكن الاولى اعلام العملاء بسياستها العامة و يمكن العملاء من ايصال رغباتهم و طلباتهم الى الادارة العليا .

¹ - حسن الحلي، مبادئ في العلاقات العامة، ط1، لبنان، منشورات عويدات، بيروت 1980، ص 68.

² - عبدة صبطي، كلثوم مسعودي، نفس المرجع السابق، ص 26.

³ - المرجع نفسه، ص 50.

- 2- تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة: و ذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة، وشرح سياستها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو غير حكومية، وتفسيرها تفسيراً جيداً حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها .
- كسب الجمهور الداخلي: أن تعمل العلاقات العامة على إشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وذلك بتحسيسهم بالانتماء ، والمساهمة في حل مشاكلهم الخاصة، ومحاولة توفير لهم ما يعرف بالإستقرار الوظيفي وتسهيل فرص تبادل الآراء بينهم وبين الإدارة¹.
- 3- كسب ثقة الجمهور الخارجي: يعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف و أنشطة العلاقات العامة، فعلى أي مؤسسة أن تقوم بتحليل. أهم الجماهير المتصلة بها، ثم تسعى بعد ذلك تدعيم علاقتها معها ، والعمل على إرضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف.
- 4- تبصير الجماهير بخطط ، أهداف التنمية القومية و مسؤوليتها في تحقيقها ، و تحدد مدى المساهمة التي يمكن ان تقدمها الجماهير للارتقاء بمستوى الخدمة العامة ، و مستوى تنفيذها من خلال عملها الجاد و تعاونها و مشاركتها بالمسؤولية في تحقيق تقدم و تطور الوطن و اسعاد المجتمع و ضمان مستقبله².
- 5- معرفة اتجاهات الجمهور الحقيقية: نحو نشاطات المؤسسة وعرضها على قيادة هذه المؤسسة.
- 6- اعلام الجمهور بنشاط المؤسسة وبرامجها، وأهدافها. الأساسية لكسب تعاونه.

المطلب الثالث : مبادئ العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة الى مجموعة من المبادئ وتتلخص فيما يلي:

1- نشاط العلاقات العامة يبدأ من داخل المؤسسة ذاتها

بمعنى أن جميع العاملين بالمؤسسة لا يمكن أن يساهموا في تحسين علاقاتهم بالجمهور الخارجي، دون تحقيق تلك العلاقات الجيدة فيما بينهم ، والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة وبالتالي بعث الثقة في الوسط الخارجي للمؤسسة.³

2- نشاط العلاقات العامة مستمر ودائم:

¹ - سامية لعجال ، سليمة بوزيد ، «العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة» ، مجلة كلية الآداب و العلوم

الانسانية و الاجتماعية ، العدد: 02 و 03 ، جامعة بسكرة ، جانفي /جوان 2008 ، ص 7.

² - ربحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي . نفس المرجع السابق. ص 237.

³ - المرجع نفسه. ص 233.

يتطلب بعث الثقة بالجماهير الداخلية العمل المستمر ، والمتواصل للعلاقات العامة على مواكبة التغيير الذي يطرأ على أذواق الجماهير.

3- نشاط العلاقات العامة شامل:

ان نشاطها لا بد أن يشمل كافة المبادئ بدون استثناء ، فهناك علاقات عامة تجارية صحية صناعية... إلخ ، فاقصرها على مجال التجارة لا يعني عدم وجودها في الجانب الصحي ومجالات أخرى.

4-أخلاقية العلاقات العامة:

التمسك بالقيم الأخلاقية كالثقة الأمانة، الإحترام المتبادل بين المؤسسات ، والإبتعاد عن التحيز والتفرقة العنصرية وعن وسائل الغش والتضليل .

5- ديناميكية العلاقات العامة

تقوم العلاقات العامة على الأخذ ، والعطاء والتلقي والإستجابة ، بمعنى أن نشاطاتها تتصرف بالفاعلية والإيجابية في التأثير والتأثر، عن طريق استخدام أسس ووسائل الإتصال والإعلام من أجل تكوين رأي عام حول المؤسسة ، وتجاوز العقبات التي تعترضها ونخلص الى أن العلاقات العامة تتضمن في طياتها أخلاقيات نزيهة وفي مقدمتها الصدق، كما تحتوي على ديناميكية وحيوية مستمرة تضمن تقييمها بشكل مستمر كما تعكس لواقع يتجاوب مع أماني و آمال كل فرد من المجموعة التي تؤلف المؤسسة او التي تتعامل معها ¹ .

المبحث الثاني : وظائف وانواع العلاقات العامة .

للعلاقات العامة أهمية بالغة في التعريف بالمؤسسات ، التي لا تستغني عنها وتعتبرها كوظيفة من وظائف تسيير المنظمة ، و من عوامل قوتها و نجاحها _____ ، تعمل على رسم السياسات او الإستراتيجيات ، و إعداد الخطط وبرامج العمل على أسس علمية مدروسة قابلة للتحقيق من خلال انتهاج سياسة إتصال شفافة .

وفي هذا المبحث سوف نتطرق في المطلب الاول الى وظائف العلاقات العامة ، المطلب الثاني الى برامج العلاقات العامة ، و المطلب الثالث انواع العلاقات العامة.

¹ - حسن الحلبي، نفس المرجع السابق ، ص 16.

المطلب الاول : وظائف العلاقات العامة .

إن وظيفة العلاقات العامة لم تلق الإهتمام الكافي إلا في النصف الثاني من القرن الماضي فقبل ذلك كانت تمارس على أساس أنها فن يؤثر في الجماهير ، أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة ووظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في ذلك المجال ، ومن أهم وظائف وأنشطة العلاقات العامة ما يلي :¹

1 -البحث: من أهم وظائف القائم على العلاقات العامة إجراء الدراسات المرتبطة بقاس الاتجاهات والرأي العام المتعلقة بالجمهور خاصة الذي يتعامل مع المؤسسة وهذه الوظيفة تهتم بدراسة الآراء والأذواق ومختلف المتطلبات التي تقدمها المؤسسة.

2 -التخطيط: تعتبر عملية التخطيط من أهم العمليات التي تقوم بها المؤسسات ومختلف الهيئات الإدارية الحديثة، حيث تقوم برسم السياسات والإستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى إضافة إلى رسم البرامج الإعلامية التي تهدف إلى تعريف وترويج وتسويق للمنتوجات.

3 -التنسيق: و يتمثل الاتصال مع المسؤولين في الداخل و الاتصال بالمنظمات و الجماهير في الخارج وتزويدهم بالمعلومات مما يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها وتطبيق سياستها العامة.

4 -الإدارة: مساعدة الوحدات والإدارات والأقسام داخل المؤسسة على أداء وظائفها إتجاه جمهورها، ونحو المؤسسة ذاتها من خلال تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة والكافية لها، ومساعدتها على ادارة وظائفها المتصلة بالجماهير .

5 -الإنتاج: تقوم العلاقات العامة بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة وغير مباشرة إضافة إلى الوظائف السابقة، فهي تعمل على زيادة الإنتاج وتسويقه ومعرفة البيانات اللازمة من مصادر الإنتاج كما تقوم العلاقات العامة كقسم متخصص بتنظيم الحملات الإعلامية والاتصال بوسائل الإتصال المختلفة والمساهمة في إعداد النشرات المختلفة بعمليات الإنتاج وأهداف المؤسسة وتنظيم الزيارات والأبواب المفتوحة والندوات والمؤتمرات.

المطلب الثاني : برامج العلاقات العامة .

اصبحت حاجة المنشأة لبرامج منظمة للعلاقات العامة ماسة تملئها ظروف المنشأة والأهداف التي تسعى لتحقيقها ، و البرنامج هو دلالة على مجموعة من الترتيبات المنهجية والموضوعية ، و الشكلية العامة والتفصيلية ، التي يتم من خلالها تنظيم المعلومات الخاصة

¹ - ربحي مصطفى عليان. عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق ، ص 252.

بموضوع البرنامج ، بحيث تصبح المعلومات في صورتها النهائية قادرة على تحديد مجموعة الأساسيات التي يتكون منها البرنامج و تقدمها بصورة تلقائية ومنظمة كلما طلب ذلك ¹ ، فالعلاقات العامة ليست نشاطا عشوائيا أو وقتيا ، و إنما يتطلب دراسة وتخطيط لجمع الأنشطة و تقوم على ثلاث خطوات أساسية هي ²:

1- البحث: تتضمن عملية البحث في برامج العلاقات العامة عدة خطوات هي:

أ— تحديد المشكلة والهدف من البحث ووضع الفروض. : و يتم ذلك من خلال دراسة الظاهرة و تحليلها ، مع تحديد الهدف الرئيسي من إجراء البحث ، ثم صياغة الفروض والتي تعبر عن تفسيرات محتملة للمشكلة استنادا إلى طبيعة برنامج العلاقات العامة.

ب- إعداد البرنامج التفصيلي للبحث : ويدخل ضمن هذه الخطوة تحديد نوعية البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء البحث وأساليب الحصول عليها وكذلك اختيار نوع العينة، وتحديد مفرداتها من مجتمع البحث.

ج- جمع وتنقيح البيانات والمعلومات ثم إجراء التصحيح والتعديل اللازم للبيانات والمعلومات وتفرغها في الجداول المصممة والمصنفة لخدمة أغراض البحث.

د- تحليل البيانات والمعلومات والتأكد من مدى صحة الفروض: وتهدف هذه الخطوة إلى الربط بين المتغيرات التي يتم جمع البيانات والمعلومات وكذا واستخدام أساليب التحليل الإحصائي، والدراسة التحليلية ثم استخلاص النتائج التي تثبت صحة الفروض أو خطئها ³.

2- التخطيط: تمر عملية التخطيط بصفة عامة بعدة مراحل أهمها :

- دراسة وافية لكافة الظروف والمتغيرات المحيطة بالمؤسسة حاليا ومستقبلا والتي تؤثر بشكل أو بآخر على تحقيق أهدافها وسياستها و مشكلاتها ⁴.

- تحديد مجموعة من الافتراضات عما سيكون عليه الحال في المستقبل؟ و ذلك بناء على الخبرات المتراكمة في الماضي لدى القائمين على عملية التخطيط.

- تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها خلال المدى القصير وال المدى المتوسط وال المدى الطويل ⁵.

¹ - شذا سليم أبو سليم ، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين (مذكرة ماجستير ، الجامعة الإسلامية غزة : كلية التجارة : قسم إدارة أعمال، 2006)، ص 49.

² - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، المرجع السابق، ص 104.

³ - محمد العزازي ، أحمد إدريس. العلاقات العامة المعاصرة. مصر. المكتبة العلمية. 2009 ، ص148.

⁴ - غريب عبد السميع ، نفس المرجع السابق ، ص145.

⁵ - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، نفس المرجع السابق. ص 107.

- دراسة إمكانية الاستفادة القصوى من هذه الموارد والإمكانيات بما يحقق الأهداف في أسرع وقت وبأقل جهد وبأقل تكلفة .
- تحديد التوقيت اللازم لانتهاء من تنفيذ الخطة ككل، وكذلك الوقت اللازم للبرامج لانتهاء من تنفيذ كل خطة فرعية منبثقة منها.
- وضع البرامج الزمنية، وترتبط الخطوات التنفيذية للخطة، بما يؤدي إلى وضع جدول زمنية دقيقة لها.
- إعداد الموازنة التقديرية وتحديد الإجراءات العلمية والعملية اللازمة لأحكام الرقابة عند تنفيذها وبشكل يتضمن ترشيد الإنفاق عليها.
- تحديد الموارد والإمكانيات البشرية والمادية والغنية اللازمة لتحقيق هذه الأهداف و الاتصال مع الجمهور المستهدف¹.

3-التقويم: يمكن لعملية التقويم تتبع و ملاحقة ردود الأفعال الايجابية، السلبية المتتالية للتأكد من مدى تحقيق التغيير للأهداف المنشودة منه، و إدخال التعديلات المناسبة وفي الوقت المناسب خلال المراحل المختلفة للتغيير بل وتدارك مواطن الضعف وواجه القصور في الإعداد و التخطيط والتنفيذ لبرامج التغيير المستقبلية².

وعموما فتقييم برنامج العلاقات العامة كمرحلة أخيرة تتعلق بمراجعة الأهداف المسطرة عملية التنظيم وكذا المضمون و قياس النتائج لنصل إلى تأكيد مدى نجاح الإستراتيجية المسطرة أو فشلها وكم نسبة نجاح الاهداف المحددة ؟ وهل إستطعنا فعلا اقناع الجمهور المستهدف بالمضامين الإعلامية التي نقلناها له ؟ وهل أصبح للجمهور إنطباعات جيدة عن المؤسسة ؟ وإلى أي مدى نجحت المؤسسة من حيث إرتفاع المبيعات و تزايد المداخل مرتبط بشكل أساسي باستراتيجية العلاقات العامة المسطرة ؟ أم أن هذا النجاح مرتبط بعوامل أخرى³ ؟ وماهي الخطوات اللازم إتخاذها في السنوات المقبلة؟ مع مراعاة الإعتماد على مبدأ التطوير و التحسين كمبدأ أساسي.

¹ - ربحي مصطفى عليان. عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق، ص 296.

² - أمينة بوشراي. نفس المرجع السابق، ص 218 .

³ - يامين بودهان، <<هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة >>، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 29، (الجزائر)، 2006، ص 11.

المطلب الثالث : أنواع العلاقات العامة

توجد معايير عديدة لتصنيف العلاقات العامة، فهناك من يصنفها من حيث طبيعة الإتصال وهناك من يقسمها من حيث طبيعة النشاط الممارس وإختصاصاته، وآخرون يقسمونها وفقاً لمجالات التطبيق وفريق رابع يقسمها وفقاً لنوع الجمهور.

1 - من حيث طبيعة الإتصال:

يمكن تقسيم العلاقات العامة إلى نوعين بسيطة ومركبة.

أ-العلاقات العامة البسيطة:

هي تلك العلاقات التي تنشأ بالإتصال بين طرفين ، وسميت بالبسيطة لأن الإتصال أمر سهل وميسور بسبب سهولة الإتصال الشخصي بين الأفراد فلا نحتاج هنا لوسائل الإتصال الجماهيرية.

ب-العلاقات العامة المركبة :

وهي العلاقات التي تتميز بعدم جدوى الإتصال الشخصي ، فنلجأ الى الإتصال الجماهيري وهذا النوع يستهدف جمهور أكبر و يحتاج الى وسائل الإتصال الجماهيرية ، وهي المهمة التي أصبح يقوم بها اليوم خبراء ومتخصصون في العلاقات العامة .

2-من حيث طبيعة النشاط الممارس وإختصاصه:

تنقسم العلاقات العامة داخل المجتمع الإنساني إلى :

أ-علاقات اجتماعية:

هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع ، وهي تنشأ من طبيعة اجتماعاتهم واحتكاك بعضهم ببعض الأخر ويزداد اهتمام العلاقات الاجتماعية بالسلوك الاجتماعي بهدف تفهم طبيعة العلاقات الاجتماعية وهذه العلاقات تنقسم إلى :¹

1-علاقة إيجابية: وهي تلك العلاقات التي تؤدي إلى الوفاق و الإنسجام بين مصالح الأفراد

داخل الجماعة الواحدة ، أو تجمع بين مصالح الجماعات الخارجية الأخرى و تسمى البناءة .

2-علاقة سالبة: تتمثل مظاهرها في الصراع و الخلاف الامر الذي قد يؤدي الى تقويض التنظيم

الاجتماعي .

ب-العلاقات الانسانية:

نشأت العلاقة الإنسانية منذ أن خلق الإنسان على وجه الأرض ، بين كل الجماعات سواء ظهرت في شكل أسر أو قبيلة أو في صورة هيئة أو مؤسسة. ولما كانت المؤسسات الصناعية تضم

¹ - أ/ عبدة صبطي، كلثوم مسعودي، المرجع السابق. ص 87

جماعات عديدة من عمال يعملون في مهنة واحدة ، كان لابد أن تنظم العلاقات بينهم على أساس إنساني وبذلك فإن فكرة العلاقات الصناعية، هي كيفية الربط بين عوامل الإنتاج وبين الإنسان، وذلك بخلق رواح الإخاء بين الأفراد و وظائفهم ، وإزالة أسباب المنازعات العمالية، وتعرف العلاقات الإنسانية في الصناعة بأنها خلق جو من الثقة و الاحترام المتبادل و التعارف الفعال بين أصحاب العمل والعمال هدف زيادة الإنتاج كما تساعد على تفشي روح الجماعة و الرابطة القوية بين الفرد و العامل و المؤسسة¹.

ج - العلاقات الصناعية :

هي علاقات العمل ، التي تنشأ و تنمو بسبب الاستخدام ، وهي تلك العلاقات بين العمال و الموظفين وبين رؤسائهم أو مديريهم ، وكذا علاقتهم بالمؤسسة التي تستخدمهم، كما تتمثل العلاقات بين الإدارة ، و نقابات العمال ، وبين أصحاب العمل ، ومؤسسات العمل ، والحكومة وعلاقات العمل هي علاقات إنسانية متطورة تتأثر بالبيئات المادية وما يطرأ عليها من تعديلات فالمؤسسة الصناعية بحاجة دائمة الى تنمية الاتصالات².

3 - تقسيم العلاقات العامة وفقا لمجالات التطبيق :

يمكن ان تصنف العلاقات العامة في هذا المجال الى تصنيفات اهمها³ :

أ- العلاقات العامة في المؤسسات التجارية: تمثل علاقات المنتج مع كل من المورد والمستهلك وكذلك العلاقات بين أقسام المؤسسة التجارية المختلفة، والعلاقات العامة في الأسواق والتجارة وتعني الخدمة الحقيقية للعميل، القائمة على العلاقة المتبادلة المفعمة بالأمانة والصدق، حتى يصبح رضا العميل عن المؤسسة وثقته فيها ناتجة عن اقتناع ، وتقوم بتأكيد الصورة الإيجابية للمؤسسة في المجتمع⁴.

ب- العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية : أصبح المسؤولون عن هذه المؤسسات الصناعية في كثير من المجتمعات الحديثة ، وخاصة المتقدمة منها يؤمنون بضرورة وجود جهاز متخصص

¹ - محمد حربي حسن، العلاقات العامة المفاهيم و التطبيقات، (العراق دار الحكمة للطباعة و النشر.1991)، ص 13.

² - سامية لعجال ، سليمة بوزيد ، نفس المرجع السابق ، ص 10.

³ - رزيقة لقصير ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة (دراسة ميدانية لمؤسسة الاملاح بقسنطينة) ، (مذكرة ماجستير ، جامعة قسنطينة : كلية علوم الاعلام و الاتصال ، 2006/2007) ، ص 75.

⁴ - صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، ط3، (الأردن، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان 1998)، ص 103.

ومسؤول عن رعاية ثقة الجماهير ، ودعمها والمحافظة عليها، أي بضرورة وجود جهاز العلاقات العامة إلى جانب الأجهزة الأخرى المتخصصة في مجالات الإنتاج ، والمبيعات ، الحسابات ويصبح هذا الجهاز مسؤولاً عن خلق الثقة مع الجماهير، ودعمها والمحافظة عليها ، مما جعل المناخ الذي تمارس فيه المؤسسة نشاطها أكثر ملائمة، باعتبار أن إدارة العلاقات العامة للمصانع الحديثة تعمل بجهد لتوفير أسباب الراحة المادية والنفسية للعامل وأسرته، ورفع مستواه من النواحي الثقافية في عمله والنواحي المعيشية والاجتماعية.

ج- العلاقات العامة في المؤسسات المالية:

ويقصد بها البنوك بجميع أنواعها والثقة بالنسبة لها أمر حيوي وبالغ الحساسية، لأنها لا توفر سلعة مادية ولكنها تقدم خدمة إلى عملائها ولذلك فإن نجاحها يتوقف أساساً على كيفية تقديم هذه الخدمة، والتي تعتمد بدورها اعتماداً بالغاً على العامل الإنساني ، ولا يستطيع النجاح إلا من خلال ارضاء عملائه بما يقدمه من خدمات ترتقي إلى مستوى حاجاتهم و تفضيلاتهم¹.

د- العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية:

يقصد بالمؤسسات الاجتماعية تلك المؤسسات التي لا تهدف الربح فيما تقوم به من أجل المجتمع المحلي من خدمات مثل مؤسسات رعاية الأحداث، وذوي الاحتياجات الخاصة و النوادي الرياضية وغيرها من المجالات الاجتماعية ، كما تهدف العلاقات العامة بالمؤسسات الاجتماعية على تكوين صورة مشرقة عنها وزرع الثقة بها والحصول على تبرعات لها ودعمها من قبل الجمهور وحث الناس على التطوع بأنشطتها².

د- العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية:

تعتبر الوسائل الإعلامية من الوسائل المهمة للعلاقات الحديثة ، كونها مجالاً من مجالات التي تطبق فيها العلاقات العامة في المجتمع الحديث ، من خلال بث برامجها وتحقيق غاياتها وإبراز سياسة البناء الجدية ، تبادل المعلومات الهامة و نشر المعلومات الفنية بغرض الانسجام الاجتماعي³.

هـ- العلاقات العامة في المجال السياسي والحكومي:

يعتبر الساسة من الرواد الأوائل في الاستفادة من فنون العلاقات العامة، والعلاقات العامة السياسية أكثر أنواع العلاقات العامة استخداماً في المؤتمرات الدولية، وأعقد ميادين التخصص

¹ - زكي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوبالي، نفس المرجع السابق ، ص 250.

² - صالح خليل ابو اصبيح ، نفس المرجع السابق ، ص 105.

³ - غريب عبد السميع، نفس المرجع السابق. ص 93 .

هي العلاقات العامة الدولية بتأكيد ضرورة التوافق في الاقطار المختلفة¹ ، فلقد أصبح رجل العلاقات العامة شخصا لا غنى عنه لأي سياسي في العصر الحديث يرمج له الخطب، ويكتب له الرسائل الصحفية، ويعلن برامجه وتحركاته ويعمل كحلقة وصل بينه وبين جماهير الناخبين، يستقطب تأييدهم ويحمل عنهم آرائهم وطموحاتهم السياسية.²

4- تقسيم العلاقات وفقا لنوع الجمهور:

وتنقسم العلاقات العامة في إطار هذا التقسيم إلى أنواع عديدة مثل:

- العلاقات مع العملاء.

- العلاقات مع الموردين.

- العلاقات مع المساهمين.

- العلاقات مع الموزعين.

5 - العلاقات العامة الالكترونية : تحتاج العلاقات العامة الحديثة في ممارستها لأنشطتها الى وسيلة الكترونية حديثة لتسليم المعلومات ، و التعرف على جمهورها الداخلي والخارجي ، والاتصال بهم لتشمل هذه الوسائل على البريد الالكتروني و صفحات الويب الارتباطات ، الصور الرقمية الرموز ، البرامج والوسائل الاخرى ، و القائم بالعلاقات العامة و إلمامه باستخدام الحواسيب الالكترونية ، اصبح ضرورة من ضرورات هذا العصر نظرا لما تؤدبه من مهام و ما تحققة من مزايا يعجز العقل البشري عن تحقيقها³.

المبحث الثالث : تنظيم العلاقات العامة

إن العلاقات العامة هي إحدى مجالات الإدارة ، تهدف الى تحقيق الانسجام لمستوى الاداء و التفاعل بين المنظمة ، و افرادها و جمهورها ، وعلى هذا الاساس يكلف اخصائي العلاقات العامة على تنظيم العلاقات بين المنظمة ، و جماهيرها الداخلية و الخارجية ، وزيادة فعالية الوظائف الادارية والمساهمة في انجاز الأهداف الاتصالية العامة، مستعملا في ذلك الوسائل الاتصالية المتاحة .

¹ - عبد الرزاق الدليمي، نفس المرجع السابق، ص 110.

² - جميل احمد خضر ، العلاقات العامة، الأردن، الميسر للنشر و التوزيع، عمان، 1998، ص108.

³ - أحمد أمين محمد عتوم، أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة ، (مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، 2010) ، ص ص (40-41).

وفي هذا المبحث سوف نتطرق في المطلب الاول الى ادارة العلاقات العامة ، المطلب الثاني احصائي العلاقات العامة ، و المطلب الثالث وسائل إتصال العلاقات العامة .

المطلب الاول : ادارة العلاقات العامة .

تعتبر إدارة العلاقات العامة من أهم العمليات التي تؤثر في أداء المهام الوظيفية ، والمهنية والإدارية للمنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية ، وصولا الى انجاز الاهداف الاتصالية العامة للمؤسسة .

اولا : تعريف جهاز العلاقات العامة

هو ذلك التنظيم الاداري لمجموعة الافعال و الانشطة التي تهدف الى تحقيق فهم متبادل ومشارك يؤدي الى التوافق بين منظمة ما و بين جماهيرها ، وينظم العمل يتوزيعه الى وحدات بنائية اصغر ، تتكون كل واحدة من مجموعة من المكانات التي يشغلها متخصصون في العلاقات العامة العامة، ولهم مجموعة من الادوار و يربطهم هدف مشترك واحد ويقوم كل جزء من هذا البناء باداء المهام التي تتطلبها مسؤوليات العلاقات العامة¹.

ثانيا : موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة :

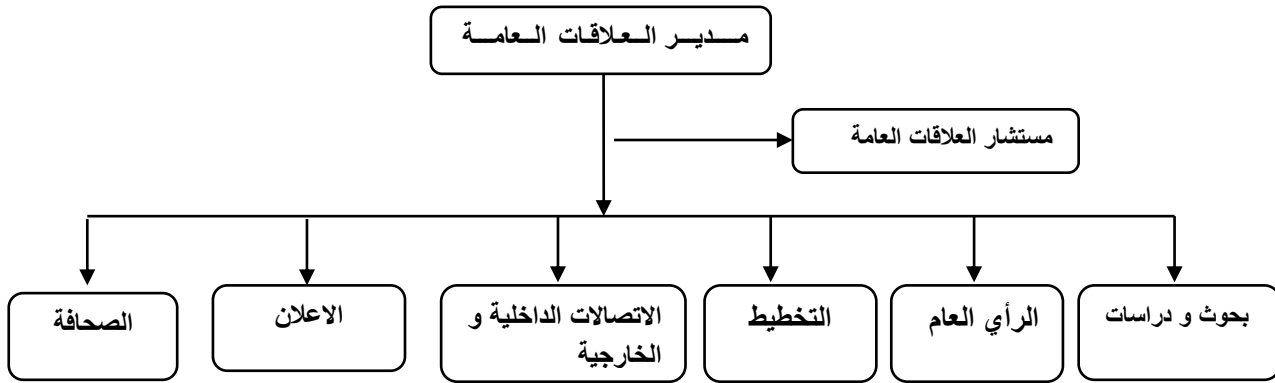
نظرا لطبيعة نشاطات العلاقات العامة داخل كل منظمة ، كان لابد من وضع جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة داخل اطرا المستويات الادارية و التنظيمية العليا بحيث تتبع مباشرة أعلى سلطة ادارية في المؤسسة حتى يسهل للادارة العليا في المؤسسة متابعة انشطتها وهل لها القيام بادوارها دون عوائق او معوقات ادارية او تنظيمية، ويمكن القول بصفة عامة ان هناك ثلاث طرق رئيسية يمكن بها تنظيم عمل العلاقات العامة في المنظمة هي²:

- انشاء ادارة علاقات عامة لها وضعها و كيانها في الهيكل التنظيمي للمنظمة يعمل بها متخصصين في العلاقات العامة .
- الاستعانة بمكتب خبير كمستشار خارجي للعلاقات العامة يعمل بشكل مستقل وتغطي استشاراته كل جوانب العلاقات العامة
- الجمع بين الاسلوبين ويوجد العديد من المؤسسات التي تتبع هذه الطريقة للتقليل من العيوب وان تحصل على مزايا الطريقتين .

¹ - أحمد أمين محمد عتوم ، نفس المرجع السابق ، ص 34.

² - عجوة علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، مصر عالم الكتاب القاهرة، د ت ، ص ص (53-54).

الشكل رقم 09: التنظيم الداخلي لقسم العلاقات العامة



المصدر/ انظر في : رنجي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات ، ط 1،الأردن، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان، 2005، ص306.

المطلب الثاني : الشروط الواجب توفرها في اخصائي العلاقات العامة .

لابد من توفر مجموعة من المواصفات والشروط للعاملين بالعلاقات العامة، والتي تضمن لهم نجاحا وفعالية أكثر في أعمالهم ، مستعملين المهارات ، والأساليب و الوسائل الملائمة لتحسين العلاقات داخل تلك المؤسسات و خارجها و عموما يمكن ابراز الصفات فيما يلي¹ :

1. توافر الأخلاقيات التي تكفل بممارسة العلاقات على اسس سليمة وتوسع الأخلاقيات لتشمل الصدق والأمانة والسمعة الطيبة ، وغيرها من القيم والمعايير الأخلاقية التي تبعث على الإقناع والأمان والاطمئنان والثقة والمصادقية في التعامل.
2. الموضوعية في الأقوال والأفعال، والحكم على الأمور استنادا إلى الحقائق المدعومة بالبحوث والدراسات التجريبية التي تؤدي إلى تفسيرات علمية ، والبعد عن التحيز الشخصي وكذلك البعد عن كافة صور الإنحراف والتقصير لتحقيق منافع أو أغراض ذاتية.
3. المرونة والقدرة على التصرف والتأقلم مع متطلبات التكيف و سرعة البديهة والفتنة والقدرة على تحليل وتقدير المواقف .

¹ - حسن الحلبي، نفس المرجع السابق ، ص 69 .

4. قوة وتكامل الشخصية ويتضمن ذلك الإستقرار ، العاطفي والإتزان العقلي والقدرة على الفهم حسن التعبير والقدرة على التأثير على الآخرين، و الهدوء وعدم الإنفعال والقدرة على تكوين صداقات والدبلوماسية في التصرف¹ .
5. توافر الثقافة العامة الواسعة و الاحاطة التامة بما يجري داخل المؤسسة وخارج المؤسسة .
6. الإلمام بالأصول العلمية للعلاقات العامة عن طريق تحليل وقياس الرأي العام ، واتجاهات وآراء المجموعات المختلفة التي يتعامل معها المشروع، سواء كانوا عاملين أو عملاء أو مساهمين أو الموردين أو منافسين أو المجتمع المحلي أو الإقليمي أو الدولي.
7. المظهر الحسن والتفاؤل والبشاشة حيث يساعد ذلك على جنب اهتمام وتقدير وثقة الجماهير التي يتعامل معها، وهذا يتطلب أن يكون ممارس العلاقات العامة ذو شخصية اجتماعية جذابة.
8. توفر مهارات الاتصالات الفعالة مثل القدرة على التحدث، والقدرة على الاتصالات ، و القدرة على حسن تنظيم وإدارة الوقت، والقوة على التفكير المنظم و معرفة تقنيات الاعلام .
9. الاتسام بالجدية والانضباط في العمل، بما يجعله قدوة لغيره من المتعاملين بالمؤسسة والمتعاملين معها. من حيث السلوك الوظيفي القويم .
10. توافر روح المبادرة، للمواقف والأحداث الحالية والمستقبلية وعدم الانتظار والترقب لأدوار يفرضها عليه الآخرون بل التنبؤ بالأحداث والمواقف والاستعداد للتعامل معها.
11. إتقان لغتين أجنبيتين على الأقل ، حيث تهتم بعض المؤسسات باختيار أخصائي العلاقات العامة، ممن يتقنون لغتين أجنبيتين خاصة اذا تعلق الامر بمؤسسات طبيعة عملها تتطلب دعوة بعض اللجان، أو إجراء مناقشات بإحدى اللغات الأجنبية² .
12. معرفة كافية لمختلف وسائل الاعلام و خبرة واسعة في ممارستها للتعبير عن الآراء و شرحها و الدفاع عنها بصورة فعالة و تأمين ايصالها للجمهور في احسن الظروف و بأفضل الطرق.

المطلب الثالث وسائل اتصال العلاقات العامة .

يجب على المكلف بالعلاقات العامة ان يصنف قائمة للوسائل ، و الدعائم التي تمكنه من توصيل و نقل المضامين و الرسائل الاتصالية، التي تعبر عن صورة المؤسسة او العلامة التجارية

¹ - حسن الحلبي، نفس المرجع السابق ، ص 80.

² - محمد العزازي، أحمد إدريس، نفس المرجع السابق ، ص ص (67،71).

للمنتوج و عليه ان يختار الوسائل التي تتناسب مع طبيعة الاهداف المحددة ، المضامين الإتصالية والجمهور المستهدف ، و يمكن استعمال وسائل و تقنيات عدة كالمطبوعة او الكلاسيكية السمعية -البصرية ، التكنولوجيات الحديثة للاعلام و الاتصال ، ووسائل اخرى¹.

1 - الوسائل المطبوعة: وهي تعتمد على الوسيط المطبوع كحامل للرسالة الاتصالية ومن اهم هذه الوسائل : صحيفة او جريدة المؤسسة ، النشرات ، الكتيبات ، مطويات ...

- الجرائد: لقد كانت الصحافة هي الوسيلة الوحيدة الواسعة الانتشار والتي يمكن أن تستخدمها إدارة العلاقات العامة في نقل الأخبار أو الرسائل الإعلامية إلى جمهور المتعاملين معها، من مختلف المستويات والأنواع لجذب انتباههم واهتمامهم قصد خلق الرغبة في التعاون مع ما تقدمه المؤسسة كما يتعين على المكلفين بالعلاقات العامة مراقبة أثر هذه الوسيلة في تحقيق النتائج المطلوبة.

- المجلات: مجلة المؤسسة دورية تصدرها الإدارة في مؤسسة الأعمال سواء كانت هذه حكومية أو خاصة، ومن ابرز المميزات التي تملكها المجلات و التي اعطتها هذه الاهمية هي معالجتها لموضوعات متعددة و تغطيتها الموضوعية الواسعة لكافة العلوم بالاضافة الى سرعة صدورها وحادثة معلوماتها تتسم بالدقة و التركيز و امكانية قراءتها في اي وقت² و يمكن ان نميز ثلاثة أنواع من مجلات المؤسسات³:

- مجلة المؤسسة الداخلية: خاصة بالعاملين بالمؤسسة كما ان توزيعها يمدد ليصل إلى الجماهير الخارجية ذات العلاقة بالمؤسسة.

- مجلة المؤسسة الخارجية : مخصصة للجمهور الخارجي، تطبع باستخدام افضل أنواع الورق وبأفضل المطابع وتحتوي على موضوعات تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباته ، وتوزع المجلات توزيعا واسعا لدعم سمعة المؤسسة.

- مطبوعات المؤسسة: هي مطبوعات خاصة يعدها متخصصون في العلاقات العامة و تأخذ عدة أشكال هي :

¹ - ياسين بودهان، نفس المرجع السابق. ص8.

² - زكي مصطفى عليان. عدنان محمود الطوبالي. نفس المرجع السابق. ص 192.

³ - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، نفس المرجع السابق ، ص 130.

-النشرات: تحتوي على بعض البيانات عن المؤسسة ومواقع عملها، والخدمات والسلع التي تقدمها تتسم بملاءمتها لعامل الوقت و السرعة في إيصال المعلومات و القدرة على مخاطبة العديد من فئات الجمهور المستهدف¹ وهناك النشرات الداخلية الخارجية ، العامة و الترويجية .

- **الكتيبات** : ومن الوسائل المقروءة تلك الكتيبات التي تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة وتحتوي بيانات أكثر دقة، وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها، ومنتجاتها وأسواقها وتعرض من هذه الكتيبات أو تقدم للزوار .

2-التقنيات السمعية – البصرية : الاذاعة ، التلفزيون و السينما .

- **الإذاعة**: تعبر الإذاعة من الوسائل الحديثة والهامة في الوقت الحاضر، يمكن لرجال العلاقات العامة الاستفادة منها للاتصال بجمهور المؤسسة عن طريق إذاعة الأخبار والمعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية كونها لا تحتاج الى اي مهارة على غرار مهارة الاستماع² .

-**التلفزيون**: له نفس خصائص الإذاعة، إضافة إلى قدرته على استخدام الصور المتحركة والألوان له تأثير هائل على الجمهور وعلى سلوك الافراد و توجيههم لان الاتصال في فترات نشرات الاخبار يهتم بها معظم فئات الجمهور من ناحية الجنس و العمر و الثقافة و التعليم³ كما ان لوسائل الاعلام معايير و اجراءات اتصال يجب فهمها و توظيفها من قبل دائرة العلاقات العامة⁴ .

-**السينما**: تشكل احدى القنوات الاتصالية الرئيسية التي يستخدمها ممارس العلاقات العامة فهي تؤثر تأثيرا قويا في مشاهديها اذاما تم اعدادها بعناية⁵ وهي باهظة التكاليف في مجالات العلاقات العامة، خاصة إذا كانت في شكل أفلام سينمائية كاملة، ويتوقف استخدامها على الإمكانيات المتوفرة لإدارة العلاقات العامة ، بالإضافة إلى أهداف الاتصال وخصائص الجمهور المستهدف وطبيعة الموضوع والفكرة.

- **أشرطة الفيديو**: اتسع استخدام اشرطة الفيديو إذ تقوم المؤسسات بإمداد إدارة العلاقات العامة بأجهزة الفيديو، لتصوير الحفلات والمناسبات، واجتماعات مجالس الإدارة، وكبار المديرين، وإعادة باعها أو عرضها لاستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها.

3-وسائل اخرى : الملتقيات ، الندوات الصحفية ، المعارض الاعلامية ، ...

¹ - محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق ، ص 181.

² - عزام أبو حماد، نفس المرجع السابق، ص 215.

³ - محمد أبو سمرة، نفس المرجع السابق ، ص 171.

⁴ - عبد الرزاق دليمي، نفس المرجع السابق ، ص 225.

⁵ - محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق ، ص 225.

أ تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة

إن تنظيم الحفلات يدخل ضمن اختصاص العلاقات العامة، ويمثل نوع من الاتصال المباشر مع الجماهير، سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة والجمهور المتعامل معها ، أو عملاء المؤسسة وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المؤسسة والمدعومين إلى الحفل لتبادل الآراء .¹

-**الخطبة:** تعتبر الخطبة من وسائل الاتصال المباشر التي قد تعني بإجراء الحوار إليهم في شكل خطاب معين، يلقيه أحد كبار المسؤولين ويوضح فيها وجهة النظر التي ترغب المؤسسة في تعريفها لهذا الجمهور.

-**المقابلات الشخصية:** تعد المقابلات من الوسائل الهامة يجب أن يتقنها الذي يجري المقابلة، ومن المبادئ الأساسية في المقابلة أن تكون شخصية المسؤول بالاستقبال قوية لأنها تسعى لتحقيق هدف او مجموعة من الاهداف العديدة فقد تكون اهداف خاصة بقصد البحث العلمي او باهداف دراسية او تشخيصية او علاجية كما في خدمة الفرد .²

-**الزيارات:** من المجالات الهامة التي تعمل فيها إدارة العلاقات العامة إذ تعمل على تنظيم زيارات الجمهور لمواقع المؤسسة، كما تشجعه على التعامل مع المؤسسة.

شبكة الانترنت : الانترنت هي شبكة اتصالات عالمية ، تربط الالاف من شبكات الكمبيوتر ببعضها البعض ، و يستخدمها الملايين حالياً على مدار 24سا/24سا في معظم انحاء العالم و بخاصة في الجامعات ، مراكز البحث العلمي ، الشركات الكبرى ، البنوك ، المؤسسات الحكومية... الخ ، وهذا يساعد خبراء العلاقات العامة على معرفة المستجدات على مستوى السلع والخدمات إذ تزودهم بكل ما هو عصري وحديث ، كما توفر شبكة الانترنت الكثير من الخدمات: خدمة الويب ، خدمة البريد الالكتروني، خدمة الدردشة ، خدمة البحث داخل الشبكة خدمة تحميل و رفع الملفات عبر الشبكة ، خدمة المجموعات الاخبارية ، خدمة المنتديات خدمة القوائم البريدية التواصل الاجتماعي كالفيس بوك ، التويتر³

لما سبق نستخلص على انه يجب على اخصائي العلاقات العامة استعمال وسائل اتصالية في عملياتهم الاتصالية تتماشى و مهاراتهم الذاتية ، الفكرية ، التنظيمية و الادارية و استعمالها مع

¹ - عبدة صبطي، كلثوم مسعودي. نفس المرجع السابق. ص 137.

² - السيد عبد الحميد عطية، نفس المرجع السابق ، ص 210.

³ - فؤاد شعبان- عبدة صبطي، نفس المرجع السابق، ص 172.

الجمهور الداخلي و الخارجي و تبقى نوعية الوسيلة المستعملة تخضع الى حجم المؤسسة و طبيعة استثماراتها نظرا لتكلفة تشغيل بعض الوسائل الاتصالية الجماهيرية .

خلاصة الفصل

في نهاية هذا الفصل توصلنا الى ان العلاقات العامة وظيفة لها اهميتها ، اهدافها و دورها الفعال فعال في المؤسسة ، كونها وظيفة من وظائف تسيير المؤسسة تسعى الى تحسين صورة المؤسسة داخليا و خارجيا ، كما يسهر الموظف المكلف او القائم بالعلاقات العامة على تنفيذ الخطط و البرامج الاستراتيجية ، من خلال اختيار التقنيات و الوسائل المناسبة لتوصيل الرسالة الاتصالية للمؤسسة وتحقيق الاهداف والغايات المرجوة.

الفصل الثالث

دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

تمهيد:

تشكل العلاقات العامة أحد أهم الأنشطة الإتصالية التي أصبحت تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر، ويرجع هذا الى ما توصلت اليه وسائل الإتصال و تكنولوجيا الإعلام خلال السنوات الماضية، مما أثر على العلاقات العامة ليشمل مختلف النواحي خاصة فيما يتعلق بمجال العمل الإعلامي ، و تحقيق مفهوم الإتصال بنوعيه الداخلي و الخارجي للوصول الى شراكة ناجحة، وهذا ما تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة الى تحقيقه من خلال الإهتمام والإعتناء بالإتصال في المؤسسة ، والإنتفاع على مختلف وسائل الإعلام ، بواسطة الأساليب و المهارت الإتصالية الفعالة لإيصال الصورة الحسنة ، و في سبيل تجسيدها على أرض الواقع تم توفير الإمكانيات المادية و البشرية بما يتماشى مع الأهداف و الغايات المرجوة على المستوى الداخلي أو الخارجي .

وعليه سنحاول و في هذا الفصل التطرق الى المباحث التالية :

- المبحث الاول : لمحة عامة عن مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة .
- المبحث الثاني : تقييم الإتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.
- المبحث الثالث : تقييم أساليب العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة .

المبحث الأول : لمحة عامة عن مؤسسة اتصالات الجزائر

إذ يعتبر من الضروري الوقوف عند ماهية مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ورقلة ، وذلك حتى يتسنى لنا إبراز دور أهمية العلاقات العامة في عمل المؤسسة و عليه نتناول من خلال هذا المبحث ما يلي :

المطلب الأول : نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر

إن التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيات الإعلام و الإتصال، الذي بادرت به الدولة الجزائرية منذ سنة 1999 ، من خلال إصلاحات عميقة في قطاع البريد و المواصلات و قد تجسدت الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 و المحدد للأحكام العامة الخاصة بالبريد و المواصلات لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية حيث سمح المجال لإنهاء إحتكار الدولة عن نشاط التنظيم و إستغلال الشبكات ، و ما نص عليه القانون هو انشاء مؤسستي بريد الجزائر و اتصالات الجزائر بعد إبرام الاتفاقية الجماعية للمؤسسة بين فدرالية البريد و المواصلات " بريد الجزائر" و التي تكلفت بتسيير قطاع البريد ، أما المؤسسة الاقتصادية اتصالات الجزائر فقد حملت على عاتقها مسؤولية تطوير الشبكات ، وبهذا أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد ، معتمدة على إثبات وجودها في عالم المنافسة و عليه فمجموعة اتصالات الجزائر بفروعها الأساسية و الإتصالات عبر الاقمار الصناعية ، تعرض على زبائنها مجموعة من الخدمات في مجالات الإتصالات : الثابتة ، الناقلة ، اللاسلكية و الأترنت إلى جانب الخدمات الأخرى¹.

و تتمحور نشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر فيما يلي :

- تمويل مصالح الإتصالات بما يسمح بنقل الصور، الصوت و الرسائل المكتوبة بالإضافة الى المعطيات الرقمية.

- تطوير وإستمرار وتسيير شبكة الإتصالات العامة والخاصة .

- إنشاء وإستثمار وتسيير الإتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الإتصالات .

- توسيع وتكثيف وتحسين وتشكيلة الخدمات المقدمة.

- جعل الإتصالات الهاتفية أكبر قدرة على المنافسة .

¹ - مؤسسة اتصالات الجزائر، التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الإلكتروني

presentation : <https://www.algeriatelecom.dz/Ar/?p> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ

. 2018/04/06

- توسيع و تكثيف عروض الخدمات الهاتفية ، و تسهيل الوصول إلى خدمات الإتصالات الهاتفية إلى أكبر عدد ممكن من المستعملين خاصة في المناطق الريفية .
- تطوير الشبكة الوطنية للإتصالات الهاتفية ، مع رفع مستوى الثقة بها، وربطها بالقنوات ووسائل الاعلام، كما تسعى المؤسسة الى تحقيق أهدافها بالإعتماد على النوعية، الجودة وفعالية الخدمات¹ .

المطلب الثاني : تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة .

سنبرز من خلال هذا المطلب تعريف موجز لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة مع تحديد مهامها الرئيسية .

أولاً: لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

هي مؤسسة إقتصادية ذات طابع خدماتي ذات رأس مال مقرها الإجتماعي شارع روابح عبد الرحمان بقرب الحي الإداري لولاية ورقلة و تقع في موقع إستراتيجي SPAتضم وكالات تجارية كبرى (ورقلة ، حي النصر ، تقرت ، تماسين حاسي مسعود) و عدد ملحقاتها نقطة بيع (طيبات ، الحجيرة ، البرمة) ، كما أن هذه الوحدة تنقسم إلى قسمين² :

- أ- القسم التقني و هو الذي يهتم بالتكنولوجيا و التركيب و البحوث... إلخ .
- ب- القسم التجاري (الوكالة التجارية) هذا القسم يهتم بالزبائن (مشركين) سواء جدد أو دائمين و تختص الوحدة بالهاتف الثابت السلكي و اللاسلكي.

و يمكن إبراز مهامها في النقاط التالية:

- توفير خدمات الإيصالات السلكية و اللاسلكية لنقل ، تبادل الصوت الرسائل النصية ، البيانات الرقمية و المعلومات السمعية - البصرية .
- تطوير و تشغيل و إدارة الإتصالات السلكية و اللاسلكية في القطاعين العام و الخاص.
- إنشاء و تشغيل و إدارة جميع أوجه الترابط مع مشغلي الشبكات.

¹ - مؤسسة اتصالات الجزائر أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الإلكتروني

<https://www.algeriatelecom.dz/fr/> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/04/08.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، التعريف بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 2018/04/08 من الساعة 9:00-10:00.

- زيادة عروض الخدمات الهاتفية وتسهيل الحصول على خدمات الإتصالات السلكية و اللاسلكية إلى أكبر عدد من المستخدمين خاصة بالمناطق الريفية.

ثانيا : الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة.

بالإعتماد على الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة (انظر الملحق رقم 02) نجد انهما تتكون من أربعة أقسام (التجاري ، الموارد البشرية ، التقني ، المالية والمحاسبة) وكل قسم يتكون من مصالح وأن كل مصلحة تتكون من مجموعة من المكاتب ، بالإضافة الى الخلايا الاربع (الأمن الإتصال والعلاقات الخارجية، مفتشية تسيير الخدمة ولوحة القيادة) التابعة لمدير مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

المطلب الثالث: خلية الإتصال و العلاقات الخارجية .

في هذا المطلب سوف نتطرق إلى تعريف قسم الإتصال و العلاقات الخارجية وأهم الأدوار التي يقوم بها هذا المكتب على مستوى الداخلي و الخارجي للمؤسسة .

أولا : تعريف خلية الإتصال و العلاقات الخارجية .

هي من اهم الخلايا ، المتواجدة بالمؤسسة تقع تحت الاشراف المباشر لمدير المؤسسة وتختص بأعمال المراسيم البرتوكول ، التحضير للإجتماعات الرسمية، زيارات الوفود الرسمية بالإضافة الى كافة الشؤون المتعلقة بالإستقبالات ، كما يقوم المكتب بمهام و متطلبات تفعيل الاتصال الداخلي بين عمال المؤسسة و العمل على تقوية اواصره ، و اقتراح تدابير لتعزيز الإنتماء إلى مؤسسة إتصالات الجزائر كما يعمل بالتنسيق مع المسؤول عن قسم الموارد البشرية و القسم التجاري .¹

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، تعريف خلية الاتصال و العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 08/04/2018 من الساعة 9:00 – 10:00.

ثانيا : مهام وأهداف خلية الإتصال و العلاقات الخارجية .

- تهتم خلية الاتصال و العلاقات الخارجية بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة بما يلي :
- تسعى خلية الإتصال و العلاقات الخارجية إلى ترجمة جهود المؤسسة و موظفيها ، من خلال خطابات إعلامية إحتراافية للوصول الى مرحلة من التعاون المثمر بين المؤسسة ، أفرادها و كذا جمهورها الخارجي .
- الإشراف على تنظيم الندوات و اللقاءات الصحفية التي تعقدتها مؤسسة إتصالات الجزائر والتنسيق مع أجهزة الإعلام لتغطيتها .
- الإشراف على تنظيم المعارض المتعلقة بالمؤسسة ، و تحديد الموارد اللازمة لذلك .
- تنظيم الإحتفالات على مستوى المؤسسة .
- دراسة جدوى أنشطة الرعاية التي تقوم بها المؤسسة .
- تنظيم مقابلات مندوبي أجهزة الإعلام بمسؤول المؤسسة .
- متابعة و رصد كل ما ينشر في مختلف وسائل الإعلام ، و الرد على الشائعات التي تروج عن المؤسسة عبر كافة وسائل الإعلام .
- التنسيق مع كافة أقسام المؤسسة :
- بخصوص ابراز النشاطات الخدماتية للمؤسسة بما يعزز ثقة الموظف لأدائه الجيد ويرضي الجمهور .
- تكوين و رسكلة الموظفين في مجال الإستقبال ، إدارة الأزمات و العلاقات العامة ، قصد تنمية المهارات الاتصالية مع الوسائل الحديثة لتطوير الكفاءات و تنمية العنصر البشري .
- برجة أيام تكوينية على مستوى المؤسسة حول الاتصال الداخلي ، التوجيه المعنوي، تنمية معارف و مهارات عمال المؤسسة .
- العمل على إيصال الرسالة الإعلامية و كذا ضمان التغطية الإعلامية لكافة نشاطات المؤسسة .
- تأطير مشاركة عمال المؤسسة في حصص إذاعية ، مع ترتيب المواعيد و ضمان المرافقة والتوجيه .
- تحقيق التفاهم بين المؤسسة و العمال لتحقيق الرضا الوظيفي للعمال و منه زيادة الإنتاج والأرباح بالنسبة للمؤسسة .
- رفع الوعي لدى عمال المؤسسة حول أهمية ما يقومون به .

- الوقوف على تأثير السياسات التي تضعها المؤسسة أو البرامج ، الخدمات التي تقدمها للعاملين لإتاحة الفرصة للعمال للتعبير عن آرائهم¹.

المبحث الثاني : تقييم الإتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

سنستطرق من خلال هذا المبحث الى تقييم مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة من حيث الإتصال أشكاله ، أنواعه بالإضافة الى أهم المهارات الإتصالية المستخدمة على المستوى الداخلي والخارجي للمؤسسة .

المطلب الأول : أنواع ووسائل الإتصال المتواجدة في مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة

من خلال تواجدها بالمؤسسة وبالاعتماد على اللقاءات التي قمنا بها ، مع مسؤول خلية الاتصال و العلاقات الخارجية ، تبين لنا أن الإتصالات الداخلية والخارجية متواجدة بكل: أنواعها حسب الإتجاه ، حسب قنوات الإتصال أو حسب الوسيلة المستعملة².

• أولا - أنواع الاتصال مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة :

ما تم ملاحظة بالمؤسسة أن الإتصالات تتم على النحو التالي :

1- **الإتصالات النازلة** : تتم من الادارة العليا المثلة في مدير المؤسسة ، الى الموظفين و العمال في مختلف المستويات التنظيمية و قد نجدها على شكل :

• التعليمات و الأوامر مثلا قرارات تخص الغيابات فأى غياب بدون مبرر يتعرض صاحبه الى عقوبة ، أو ترك منصب العمل دون مبرر .

• تقديم معلومات حول الإستراتيجية الخاصة بالمؤسسة .

2- **الإتصالات الصاعدة** : تتم من الموظفين و العمال الى الادارة العليا ، و على اثر ما تم

معاينته في المؤسسة أنها تشجع الإتصالات الصاعدة و هذا ما يعتبر حافز للعمال و تتجلى في :

-التقارير حول وضعية سير العمل.

-الإستفسارات.

-الإقتراحات و الشكاوى.

¹ - مؤسسة اتصالات الجزائر، الاتصال الداخلي الالكتروني .مؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الالكتروني <https://www.algeriatelecom.dz/fr/> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/04/09.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، أنواع ووسائل الاتصال بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 2018/04/09 من الساعة 10:00 - 11:00.

3- الاتصالات الأفقية : تتم بين مستويات تنظيمية مختلفة، فمثلا المسؤول عن الاتصال و العلاقات الخارجية يحتاج الى معلومات من القسم التجاري أو قسم الموارد البشرية ، فانه يطلب المساعدة أو الإستشارة أما كتابيا أو شفويا ، كما يمكنه التعاون مع هذه الأقسام في دراسة موضوع معين قبل أن يطرح على قاعدة النقاش ، نفس الحال بالنسبة للعمال خاصة أثناء الاجتماعات التي تعقد لغرض مناقشة موضوع معين ، حل نزاع أو غيرها من الأمور التي تخص المؤسسة و موظفيها و أفاقها المستقبلية .

4- الإتصالات الخارجية : تقوم بها المؤسسة أو العاملين بها مع المنظمات الأخرى أو مع زبائنها ، المتعاملن معها — أو من عامة الناس و خارج المؤسسة¹ .

5- الاتصالات الكتابية و الشفهية :

ان الوسائل الكتابية تسحوذ على نسبة كبيرة من التعاملات في المؤسسة سواءا على المستوى الداخلي ، أو في تعاملاتها مع الجمهور ، بالإضافة الى وجود الرسائل الشفهية والتي تتميز بالسرعة في نقل المعلومات و كذلك الرسائل الإلكترونية التي عرفت إهتماما كبيرا خلال السنوات الأخيرة و تعتمد عليها المؤسسة بشكل كبير في تعاملاتها مع جمهورها الداخلي و الخارجي على حد سواء

• **ثانيا : وسائل الإتصال في المؤسسة :**

تضع المؤسسة العديد من القنوات و الوسائل الإتصالية ، ولكن ما عليها سوى القيام بالبحث و العمل على إختيار أحسنهم أداءا و فعالية من هذه الوسائل نجد²:

1 الوسائل الكتابية و التكنولوجية

أ- **الوسائل الكتابية :** تتنوع هذه الوسائل بصورة كبيرة في المؤسسة ، و من أهمها نجد :

- **النظام الداخلي :** وثيقة كتابية تحدد علاقات العمل للعمال داخل المؤسسة ، فكل عامل يعرف الواجبات و إلتزاماته ، و قواعد العمل من تكوين ، توظيف و قواعد الامن و الصحة .
- **الجريدة الداخلية للمؤسسة:** تعتبر وسيلة إتصال في مجال فعال ، و منظم تتميز بتفاعل ديناميكي بين مختلف مراكز اتخاذ القرار ، العاملين من اجل المشاركة ، المساهمة في تحسين

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال و العلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، الاتصال الخارجي لدى مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 09/04/2018 من الساعة 14:00 - 15:00.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال و العلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، وسائل الاتصال لدى مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 09/04/2018 من الساعة 10:00 - 11:00.

الاتصال تأسيس او اقامة حوار مكسب على مستوى المؤسسة ،على غرار مجلة إتصالات الجزائر الدورية والمعدة على المستوى المركزي.

- **لوحة الإعلانات :** نجد على المستوى الداخلي لوحات إعلانية على مستوى كل قسم تتضمن وثائق نجد : القرارات ، التعليمات الجديدة و التي تخص الحياة المهنية للعمال ، الإعلان عن المعارض أو ندوات ، محاضرات بالإضافة الى أخبار النقابة و نتائج الإجتماعات وغيرها ، وحسب مسؤول العلاقات العامة فان المؤسسة قد سجلت تراجعا كبيرا في استعمالها نتيجة إستفادة كل موظف من المعلومات على حسابه الإلكتروني الشخصي ، أما بالنسبة للمستوى الخارجي فقد خصصت المؤسسة 04 لوحات إخبارية كبرى متواجدة على مستوى ولاية ورقلة و دوائرها الكبرى في أماكن مميزة تلفت انتباه الجمهور .

- **التقارير :** تعرض مؤسسة تقارير من خلال عرض مبسط ، و موجز للحقائق الخاصة المرتبطة بسير إجراءات العمل على المستوى الداخلي ، الخارجي بما يتماشى و أهدافها ، و تشمل التقارير كافة البيانات ، المعلومات عن أعمال المؤسسة ، الموقف المالي لها و نتائج المؤسسة خلال السنة

2-ب-ب- الواسائل التكنولوجية : تتمثل اساسا في انشاء موقع الكتروني " sit web " والذي يتم صيانتة باستمرار و بصفة منتظمة ، كما يمثل فضاء معلوماتي جيد حيث يتم عرض كل الأحداث التي تمر بالمؤسسة، يساعد على أن يكون موقع فعال للإتصال ، تطوير العلاقات العامة بالمؤسسة على المستويين، كونه مركز مهم لتبادل المعلومات ، والملاحظ على مستوى المؤسسة أن الوسائل التكنولوجية أصبحت هي الوسيلة المثلى للتعامل مع الأفراد على المستوى الداخلي أو الخارجي .

2 الوسائل الشفهية و السمعية البصرية

أ- **الوسائل الشفهية :** من أكثر الوسائل الشفهية التي تعتمد عليها المؤسسة نجد :

- **الإجتماعات :** تتعدد أنواع الإجتماعات على مستوى المؤسسة فنجد :

- **الإجتماعات الدورية :** يتم انعقادها مره في الاسبوع و تدعى بالاجتماعات التنسيقية حيث يتم مناقشة الامور الخاصة بالمؤسسة (مثال اجتماع لتقييم حصيلة نشاط المؤسسة خلال الاسبوع).

- **الإجتماعات العملية أو إجتماعات العمل :** و تتم بين المستويات الإدارية لمعالجة مشاكل العلاقات أو التنسيق و تعقد وفق الحاجة في حالات الصراعات النزاعات أو الازمات (مثال : اجتماعات تتم بين المدير و رؤساء الاقسام لمعالجة حالات معينة) .

– **إجتماعات المديرية** و يكون أعضائها العاملين في المديرية و يتم فيها مناقشة الأعمال اليومية أو موضوع معين في المديرية بالإضافة الى اللقاءات اليومية قبل بداية العمل .

– **المعارض** : تقوم المؤسسة بتنظيم عدة معارض يتم من خلالها عرض منتجاتها ، وأهم إنجازاتها وتعتبر من أكثر و أحسن الوسائل توصيلا لصورة المؤسسة داخليا و خارجيا .

– **المحاضرات و الندوات** : تقوم المؤسسة بتنظيم عدة محاضرات و ندوات إعلامية تمس نشاط المؤسسة و السوق التي تعمل فيه .

ب-الوسائل السمعية البصرية :

للتعريف أكثر بنشاطاتها و ميادين نشاطها تقوم المؤسسة بتوفير دعومات سمعية بصرية من أهمها :
–**الأفلام الوثائقية** : و التي تعرض مختلف نشاطات المؤسسة و هو عبارة عن قرص مضغوط مدته عدة دقائق فقط

– **القنوات التلفزيونية** : تستنجد المؤسسة بالقنوات التلفزيونية العمومية و الخاصة قصد إنجاز روبرتاجات مصورة ، حول إنجازات المؤسسة و كذلك لتغطية نشاطاتها على مدار السنة

– **الإذاعة المحلية** : لبرمجة حصص إذاعية للتعرف على المؤسسة ، نشاطاتها او لحضور حصص إذاعية ، أو لتسجيل تدخلات إذاعية مسجلة أو مباشرة بمعدل حصة واحدة كل أسبوع .

– **الهاتف** : تعتمد المؤسسة على الإتصالات الهاتفية في تعاملاتها اليومية مع الأقسام ، الوكالات العمل التابعين لها، أو الجمهور الخارجي للتدخل او الإستفسار حول الخدمات المقدمة .

مما سبق ذكره نستطيع القول أن الإتصالات الداخلية و الخارجية المستعملة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، ساهم في ترجمة الخطط و الإستراتيجيات الموضوعية من طرف المؤسسة لبلوغ أهدافها ، و لعل التطور التكنولوجي و الأدوات الحديثة المستعملة ، ساهم بشكل كبير في تطور عمليات الاتصال و العلاقات العامة.

المطلب الثاني : تقييم مهارات الإتصال بالمؤسسة.

ستتطرق من خلال هذا المطلب الى تقييم أهم المهارات الإتصالية المستعملة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، أثناء إتصالهم بالأخرين كزملائهم بالمؤسسة أو الجمهور الخارجي من زبائن منافسين ووسائل الاعلام .

– **أولا : مهارة القراءة :**

من المهارات الأساسية التي لا يمكن الإستغناء عنها ، فمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة بحاجة الى أن يجد كل موظف مهارة القراءة كالوثائق... الخ أو القراءة الالكترونية خاصة و ان المؤسسة تعتمد بصفة مطلقة على الاتصال الرقمي ، هذا ما يدفع بالمؤسسة الى برمجة الايام الدراسية

بالإضافة الى اخضاع جميع الموظفين الى تنمية هذه المهارة بالتركيز على الادراك البصري للرموز المكتوبة و التفاعل معها ، ناهيك عن التوصيات و النصائح المقدمة خلال الاجتماعات و اللقاءات الدورية لتبني اسلوب القراءة السليمة لفهم و استعاب المعطيات سواءا بالنسبة للوثائق او الرسائل الالكترونية .

ثانيا :مهارة التحدث :

استنادا الى بعض المشاكل التي تعرضت لها المؤسسة نتيجة سوء تفسير و إستقبال رسالة موظف المؤسسة ، من طرف المستقبل سواء تعلق الأمر بموظف آخر أو من الجماهير الخارجية ، فقد عمدت المؤسسة الى إجراء و برمجة تكوينات قصد تحسين مهارات الاتصال بصفة دورية لدى عمال المؤسسة عند حديثهم مع الآخرين من خلال دعوتهم الى :

- ت- إستخدام المعلومات المألوفة و عدم إجهاد المستمع بالمعلومات الفنية .
- ث- الصراحة عندما يوجه الاخرين أسئلة معينة وإعطاء أكبر قدر من المعلومات .
- ج- الابتعاد عن التهديد و إستخدام إسم الشخص في المخاطبة حسب نوعية العلاقة .
- ح- إستعمال اللغة المفهومة تماشيا و ثقافة و لغة كل شخص يتم التعامل معه ، وهذا لتفادي الأزمات التي يمكن ان تحدث بالمؤسسة مثلا : الخدمات الرديئة ، تجاوزات على مستوى المؤسسة تدني او نقص الخدمات كالأستقبال السيئ ، أو تعطل الكوابل¹ ،...الخ.

- ثالثا : مهارة الانصات

على غرار الأيام التكوينية تعقد المؤسسة الإجتماعات، اللقاءات قبل العمل و اللقاءات الدورية لعمال المؤسسة مع رؤساء الأقسام ، توجه من خلاله تعليمات و أوامر للعمال لتنمية و تطوير مهارة الإنصات لديهم بالإضافة الى عمليات التدريب على كيفية التركيز اثناء الاستماع و إعطاء فرصة للآخرين، ودعوتهم الى التحلي بالصبر ، تقبل المناقشة ، الإنتقاد قصد تجاوز الازمات و المشاكل مستقبلا.

- رابعا: مهارة الإقناع

باعتبار ان طبيعة المؤسسة هي تحقيق الأرباح فان الإقناع من المهارات اللازمة لأي فرد عامل ، خاصة المتواجدين على مستوى الوكالات التجارية فهم ملزمون بإقناع الجماهير الخارجية للإستفادة من الخدمات المقدمة من طرف الشركة وما ينجم عنها من فوائد و أرباح تعود

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، ، تقييم مهارات الإتصال لدى موظفي مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 2018/04/11 من الساعة 9:00 -10:00.

بالفائدة للمؤسسة و للعامل، وعلى هذا الأساس يستفيد العمال خاصة المكلفين بالاستقبال من التكوين تدريب و تحسين المستوى بصفة دورية لتنمية مهاراتهم و أساليبهم الإتصالية .

- خامسا : مهارة استعمال الاتصال الرقمي (إستخدام التكنولوجيا) .

تشهد مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة إهتماما بالغا بنظم المعلومات ، المبني على استخدام أجهزة الحاسبات الآلية ، شبكات الإتصال المتقدمة بالإضافة الى الأساليب و المهارات الفنية اللازمة لتشغيلها، وهذا ما يعتبر موردا إستراتيجيا لسهولة الحصول على المعلومات داخل المؤسسة ، و سنحاول من خلال مهارة إستعمال التكنولوجيا التطرق الى مدى إستعمال نظم المعلومات لدى مؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة¹ .

1) بالنسبة لموظفي و عمال المؤسسة : تسعى المؤسسة الى تعميم العمل بمهارة إستعمال الوسائل التكنولوجية كوسيلة إتصالية مناسبة لتطور و عصنة المؤسسة وهذا من خلال الاهتمام بتسيير المورد البشري من خلال² :

■ إستعمال نظام المعلومات أثناء عملية التوظيف : يتوفر لدى المؤسسة تطبيقات تخص عملية التوظيف ، وهذا من خلال كل من عملية الجذب ، الاستقطاب للعاملين و المساعدة في توفير فرص العمل المناسبة و الحفاظ على قاعدة البيانات الخاصة بهم. و يساعد نظام المعلومات التكنولوجي الذي تستعمله المؤسسة في حفظ المعلومات الخاصة بالمرشحين للوظائف و تحديد المرشح المناسب لواقع الوظيفة و يحقق نظام الاستقطاب الفعال للمؤسسة ما يلي :

1- إسترجاع المعلومات الخاصة باسم العامل ، و رقم ضمانه الاجتماعي ، مؤشرات أخرى للمتقدم للوظيفة .

2- توثيق جميع الإجراءات الخاصة بعملية الإستقطاب مثل (المقابلة، الاختيار، ... الخ).

3- توثيق جميع البيانات الأساسية حول فرص العمل المتوفرة.

4- توفير المعلومات الأساسية للقائمين بالمقابلة و إعداد تقارير ضرورية عن المرشحين للوظائف .

5- توفير المعلومات اللازمة لتقويم عملية إستقطاب و تحديد تكاليف الإعلانات عن الوظائف.

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، ، الإتصال الرقمي بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة بتاريخ 2018/04/11 من الساعة 15:00 - 16:00.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، ، الإتصال الرقمي في تسيير المورد البشري بمؤسسة اتصالات الجزائر ، بتاريخ 2018/04/25 من الساعة 14:00 - 16:00.

- 6- توفير معلومات عن نتائج الإختبارات للمرشحين للوظائف .
- 7- زيادة تعداد المرشحين من المؤهلين بدرجة كبيرة و الذين يملكون أعلى المهارات و التسريع بمليء الشواغر من قبلهم و بذلك يتمكن المديرون من تحديد المصادر التي هي أكثر عاملين نجاحا في المستقبل.
- 8- زيادة معايير الاختبار سواء كانت تلك المعايير موضوعية مرتبة بالعمل أو معايير ذاتية كبعض السمات الشخصية.

■ -توصيف وظائف المورد البشري:

على غرار ما سبق ذكره فنجد انه عندما يتم قبول المورد البشري في المؤسسة و قبل بداية عمله يقوم باستكمال الملف الذي يخزن في قاعدة البيانات الخاصة بتنظيم معلومات عن الموارد البشرية. حيث يتم هذا الإجراء بصورة سرية بعد إستكمال الملف ، يقدم له عقد العمل الذي هو عبارة عن إتفاقية تحتوي على إسم الوظيفة و موقعها التنظيمي و المهام الموكلة إليه، متمثلة في ملخص عام لواجباته و تبرز فيها حقوقه و يتم فتح بريد الكتروني باسمه للتواصل مع المؤسسة و معرفة كل المستجدات التي تطرأ على المؤسسة و الأمور التي تخص الموظف بخصوص العلاوات ، الراتب الشهري و

- إعداد كشف الأجور: تحتفظ المؤسسة بعدة بيانات حول العاملين في قاعدة البيانات هذه المعلومات يمكن استخدامها لإعداد كشوف الأجور من خلال :

- خ- إدخال رقم العامل .
- د- شهر العامل.
- ذ- عدد ساعات العمل.
- ر- و في الأخير يتأكد القائم بهذه العملية من الأجر حول إلى الحساب الخاص بالعامل كما يمكن إعداد نسخة من الكشف الأخير للأجر الشهري أو السنوي في حالة تقديم طلب من طرف العامل و هذه العملية تتم بسهولة بمجرد إدخال رقم العامل.

- تطبيقات التكوين.

تقوم المؤسسة بتكوين كل العمال كون عملية التكوين حق من حقوق المورد البشري في إطار عمله و له أيضا الحق في المشاركة و الحضور في الملتقيات و المنتديات الخاصة بالعمل ، وهذا لتحسين الكفاءات و إثراء المسار المهني للعمال المشغلين بالاضافة الى إتفاقية المؤسسة مع جامعة قاصدي مرباح بخصوص تحسين المستوى التعليمي للموظف.

كما تخصص المؤسسة مبلغا كل سنة من ميزانيتها العامة من اجل التكوين حيث تقدم في بداية كل سنة لمديري الأقسام تحديد عدد الموارد البشرية لتكوينهم و ذلك عن طريق إستبيان لتحديد الإحتياجات التدريبية و أيضا إشعار بالتكوين و أيضا وثيقة التحقق من طلب التكوين، قائمة العمال المراد تكوينهم ، و هناك التكوين الداخلي و الخارجي ¹.

أ- التكوين الداخلي:

هو عبارة عن تكوين الموظفين داخل المؤسسة من طرف رؤسائهم أو من طرف أشخاص من خارج العمل من اجل تكوينهم في مجال معين.

ب- التكوين الخارجي:

و هو تكوين خارجي للموظفين أين يقتصر على تسجيلهم في دوريات تكوينية أو لحضور ملتقيات كما تضع المؤسسة تحت تصرف العمال طلب تكوين من نظام المعلومات يتم ملؤها من طرف كل عامل يرغب في التكوين ويتم ذلك في المعاهد الوطنية في كل من الجزائر ، البلدية ، وهران وقسنطينة او خارج الوطن كفرنسا ، الصين... الخ.

2) بالنسبة للجمهور الخارجي

فعلى الصعيد الخارجي تضع المؤسسة الوسائط المستحدثة و الدعائم الاتصالية التالية ² :

- الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة www.algeriatelecom.dz.
- مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك الذي يربط اكثر من 400.000 متابع ³ ، بالإضافة الى التويتر ، أنستغرام و اليوتوب بغية تحقيق التواصل المباشر مع جميع الاطراف التي تتعامل معها حيث تقوم بتمرير رسائل التهاني الخاصة بالاعيداد الوطنية والدينية لمختلف جماهيرها الخارجية بالإضافة الى نشر النشاطات الاعلامية توجه للجمهور لاعلامه بالمستجدات الخاصة بالمؤسسة عن طريق الاعلان والاعلام وغيرها من الانشطة الاخرى الاتصالية، كما يعرض عبر الدعائم الاعلامية المتاحة جميع المعلومات المتعلقة بالمؤسسة بحيث نجد فيه كل من رسالة المدير

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، التكوين و التدريب بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/04/26 من الساعة 9:00 – 11:00.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، الدعائم الاتصالية لمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/05/06 من الساعة 15:00 – 16:00.

³ - مؤسسة اتصالات الجزائر، متابعة فايس بوك مؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الإلكتروني https://m.facebook.com/alegeriatelecomgroupe/?locale2=fr_FR تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/05/15 .

العام لمؤسسة اتصالات الجزائر واهداف المؤسسة والمبادئ التي تنطلق منها في تقديم خدماتها وكذلك التعريف بالفروع التابعة لها مع العلم انه لكل فرع موقع خاص به، وكل هاته المعلومات تساهم في التعريف بهوية المؤسسة وتاريخها، كما تستعمل المؤسسة وعليه نجد ان الدعائم الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر من افضل الاساليب الترويجية لنقل هوية المؤسسة للجمهور سواء الداخلي او الخارجي¹.

المبحث الثالث : تقييم أساليب العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة

تتعامل مؤسسة اتصالات الجزائر مع موظفيها وجمهورها الخارجي ، لذا تسعى الى إرساء علاقات طيبة بينها و بين مختلف الفئات بغية تحسن صورتها ، و هذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث من خلال الإشارة إلى أساليب العلاقات العامة المتبعة داخليا و خارجيا .

المطلب الاول : الاسلوب الموجه للجمهور الداخلي (الموظفين)

تضع مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة لموظفيها عدة اساليب للعلاقات العامة ، تهدف الى زيادة أدائهم ، تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة إتجاه موظفيها ، بما يساهم في تحسين صورتها لدى أهم فئة من جماهيرها ، ومن بين البرامج التي أضحت المؤسسة تراهن عليها لتحسين صورتها لدى موظفيها مايلي²:

أولا : التكوين والتدريب

يمثل التدريب والتكوين أحد أهم الاهتمامات التي تعطيها المؤسسة ، أولوية متميزة في حياة الموظفين على إحتلاف مستوياتهم الإدارية ، بما يساعد هؤلاء في تأهيلهم من جهة وزيادة كفاءتهم من جهة أخرى ، وحسب مسؤول الإتصال و العلاقات الخارجية فإن المؤسسة تهتم بتنمية و تأهيل العنصر البشري في مجال الإتصال و العلاقات العامة ، من خلال مشاركة الموظفين في الملتقيات التكوينية او الايام الدراسية بخصوص كفاءات تسيير العمال ، أخلاقيات المهنة ، الولاء المؤسسي ، ... الخ ، بالاضافة الى تدريبهم على كيفية التعامل مع الجمهور

¹ - مؤسسة اتصالات الجزائر، اساليب العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الالكتروني

<https://www.algeriatelecom.dz/fr/> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/05/07.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، ، اساليب العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/05/07 من الساعة 9:00 - 11:00.

الخارجي و تنمية العلاقات ، في جميع المجالات خاصة المجال التجاري أين يتم التركيز في هاته التكوينات على كيفية بناء الموظفين لعلاقة طيبة مع الزبائن من خلال إستعمال المهارات الإتصالية المناسبة أثناء عرض و تقديم الخدمات كالترحيب المتميز وطرق الحوار الجيدة مع الزبون وغيرها من العلاقات الطيبة ، كما تتم التكوينات على المستوى المحلي بورقلة ، بالإضافة الى تكوينات وطنية بكل من المديرية الوطنية للبريد والمواصلات بالكاليتوس بالجزائر العاصمة ، المعهد الوطني للاتصالات بوهران المعهد الوطني للاتصالات بقسنطينة ، المعهد الوطني للاتصالات بالبلدية ، ناهيك عن عمليات التكوين والتدريب خارج الوطن كفرنسا ، الصين الخ¹.

ثانيا: برامج الرعاية

تتبنى مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة برامج الرعاية الداخلية والمتعلقة أساسا بالموظفين إلى تحسين صورتها من خلال ما يلي²:

- ترعى المؤسسة عدة أنشطة رياضية وثقافية تتعلق بالموظفين ، كـرعاية عدة دورات رياضية لكرة القدم ، بتوفير كل المستلزمات الرياضية لإنجاح هاته الدورات ، سواء تعلق الامر بالألبسة الرياضية التي تحمل شعارات المؤسسة أو الجوائز التي توزع في نهاية كل دورة مع توزيع شهادات شرفية للفرق المشاركة في الدورات .

- تنظيم المديرية المؤسسة لعدة تظاهرات ثقافية واحتفالات منها:

✓ تنظيم المؤسسة لبعض الإحتفالات الخاصة بالأعياد الدينية ، الوطنية و العالمية كالإحتفال لخاص بيوم 08 مارس من كل سنة والمصادف للعيد العالمي للمرأة ، بحيث تقام حفلة على شرف النساء العاملات بالمؤسسة ، ويتم توزيع الجوائز والشهادات التكريمية عرفانا بالمجهودات المقدمة من طرفهن في الرقي بالمؤسسة.

✓ إشراف المؤسسة على الإحتفالات المتعلقة بعيد العمال المصادف للفتح من شهر ماي من كل سنة،بحيث تنظم مأدبة على شرف العمال ، بالإضافة إلى توزيع بعض الجوائز على العمال المتميزين.

✓ تنظيم الحفلات المتعلقة بالموظفين المحليين على التقاعد بحيث يقوم المديرى بالإشراف على حفل تقاعد الموظفين مع منحهم جوائز تكريمية ومبلغ مالي، و قد صادف تربصنا

¹ مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية ،إتصالات الجزائر بورقلة ، التكوين و التدريب بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/04/26 من الساعة 9:00 – 11:00.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية ،إتصالات الجزائر بورقلة ، برامج الرعاية بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/05/08 من الساعة 10:00 – 11:00.

الميداني بالحضور الى حفل اقيم على شرف 11 عاملا احيلوا على التقاعد، خلال شهر افريل 2018.

✓ تنظيم المؤسسة كل سنة للمخيمات الصيفية الخاصة بالعائلات والأطفال لفائدة موظفي المؤسسة مع تنظيم برامج ثقافية ورياضية وترفيهية خلال فترات التخييم .

ثالثا : الوسائل المكتوبة

- **المجلات :** تصدر المؤسسة المركزية لإتصالات الجزائر عدة مجلات لفائدة الموظفين تقدم من خلالها الخدمات الجديدة التي تطرحتها المؤسسة كي يكون الموظفين على دراية تامة بكافة الخدمات التي تسوقها المؤسسة مثال: مجلة التحول، مجلة اتصالات الجزائر ، مجلة المديرية الجهوية لإتصالات الجزائر....، وأحيانا أخرى تعتمد المجلات لتقديم بعض التعليمات المتعلقة بكيفية تقديم الخدمة مثل طرق الترحيب وكيفية التعامل مع الزبون وكسب ثقته.

- **المذكرات (AGENDA):** تقدم مؤسسة اتصالات الجزائر لموظفيها مع مطلع كل سنة مذكرات خاصة بالمؤسسة ، بحيث يستعملها الموظفين في جدولة أعمالهم ومواعيدهم.

- **رسائل التهاني:** يقوم كل من الرئيس المدير العام والمدراء الجهويين بتوجيه رسائل التهاني بمناسبة الأعياد الوطنية والدينية للموظفين عبر البريد الإلكتروني الخاص بكل موظف ، وهذا ما يؤدي الى رفع معنوياتهم ومنه الإحساس بالإنتماء والولاء المؤسسي (انظر الملحق 3).

رابعا: العمل النقابي

يوجد على مستوى المديرية فرع نقابي يمثل الموظفين في طرح إنشغالهم على المؤسسة، وتسعى المؤسسة لتوطيد علاقاتها مع النقابة العمالية من خلال تنظيم المدير لإجتماعات دورية مع أعضاء الفرع النقابي ومعالجة المشاكل التي تواجه الموظفين على جميع المستويات الإدارية ، كما نجد في المؤسسة تنظيم اخر يسمى بالشريك الاجتماعي يسعى الى طرح إنشغالات الموظفين و يشارك في قرارات التوظيف و التنظيم و هو أقرب للإدارة من الفرع النقابي¹.

المطلب الثاني: الأسلوب الموجه للجمهور الخارجي .

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، ، التنظيم النقابي بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/05/08 من الساعة 14:00 – 15:00 .

على غرار المستوى المركزي بالجزائر تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة ، الى تحسين صورتها لدى جل الجماهير الخارجية لها من زبائن ، موزعين ، هيئات حكومية.... إلخ من خلال ما يلي¹ :

أولاً: المزيج الترويجي

تسعى المؤسسة إلى تحقيق تكامل بين أنشطة العلاقات العامة وباقي عناصر المزيج الترويجي بغية تحسين صورتها ، وفي هذا الصدد تعتمد المؤسسة على عناصر المزيج الترويجي في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة كما يلي² :

- **الاعلان المؤسسي** : تعتمد المؤسسة على عدة إعلانات تقدم من خلالها المؤسسة وذلك عبر مختلف وسائل الإعلام المحلية ، و كذا القيام بتدخلات اذاعية ، كما يتم توزيع بعض الإعلانات الورقية وضعها عبر اللوحات الاعلانية الموجودة على مستوى الولاية ، ويتم وضعها ايضا في أماكن استقبال الزوار سواءا على مستوى الوكالات التجارية ..
- **التسويق المباشر**: تتعدد الوسائل التي تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر في التسويق المباشر لأغراض العلاقات العامة، ومن بين هاته الوسائل مايلي:
- **البريد المباشر**: تستغل المؤسسة البريد المباشر في إرسال فواتير الهاتف والأترنت، كذلك في تقديم التهانى المتعلقة بالأعياد الوطنية أو بإعلام الزبائن عن المنتجات الجديدة وكيفيات الإستفادة منها.
- **مركز الاتصال (centres d'appels)**: تضع مؤسسة اتصالات الجزائر مركز اتصالات رقمه 100 خاص بالهاتف الثابت و101 خاص بالانترنت، يتم الإتصال بهما من اي هاتف ثابت.

¹ - مؤسسة اتصالات الجزائر ، تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الالكتروني <https://www.algeriatelecom.dza/AR/?p=evenements> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/05/07.

² - مؤسسة اتصالات الجزائر، أنشطة مؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الالكتروني <https://www.algeriatelecom.dz/fr/> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/05/07.

كما تخصص مؤسسة اتصالات الجزائر الرقم 12، اخرى للتأكد من معالجة مشاكل التمويل بالخدمات والتأكد من مدى استجابة الفرق التقنية في إصلاح الأعطاب التي تظهر على الشبكة . كما تخصص المؤسسة الرقم 19 لمختلف الإستعلامات.

• **البيع الشخصي:** تقوم المؤسسة بتوجيه موظفيها خاصة الموجودين على مستوى الشبائيك لاستعمال المهارات الاتصالية بفعالية من خلال توحيد كيفية الترحيب بمختلف الزوار او الزبائن وقد لاحظنا حرص المؤسسة على ضرورة التزام الموظفين بالترحيب المتميز لمختلف المعتادين على فضاءات اتصالات الجزائر .

ثانيا: المعارض و الايام المفتوحة على المؤسسة :

تراهن المؤسسة على المعارض و الصالونات التي تنظمها في تحسين صورتها لدى الجماهير الخارجية خاصة الزبائن¹ مثلا تنظيم المؤسسة تنظيم معرضا تحت عنوان **بطاقة في مكثي** في الفترة ما بين 17 و 21 افريل 2018 لفائدة طلاب جامعة قاصدي مرباح ورقلة و لمختلف شرائح المجتمع مما يعكس الانشطة الاتصالية المكثفة للمؤسسة².

ثالثا: المنتقيات و الأيام الدراسية.

تعتبر المنتقيات و الأيام الدراسية أحد أهم الأساليب التي تعتمد عليها المؤسسة في تقديم خدماتها ، مثل المنتقيات و الأيام الدراسية التي تنظمها المؤسسة لشرح سياسات المؤسسة نحو جماهيرها .

رابعا: برامج الرعاية و التبرع.

أضحت برامج الرعاية من أهم الأساليب المعتمدة في العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر نظرا للدور الذي تلعبه في كسب الرأي العام و التعاطف من طرف فئات الجماهير المستهدفة ، وفي هذا الشأن قامت إتصالات الجزائر بورقلة بعدة نشاطات إجتماعية و علمية ، خلال سنة 2017 و 2018 .

- المساهمة في حملة التبرع بالدم خلال شهر مارس 2017.

- زيارة تضامنية للمستشفى محمد بوضياف بورقلة و تقديم هدايا للمرضى خلال شهر جوان 2017.

¹ - مؤسسة اتصالات الجزائر ، أساليب العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر على الموقع الالكتروني

<https://www.algeriatelecom.dza/AR/?p=evenements> تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2018/05/15

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية ، إتصالات الجزائر بورقلة ، اساليب العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة ، بتاريخ 2018/05/07 من الساعة 9:00 - 11:00.

- تكريم النجباء من التلاميذ الاطوار الثلاثة الابتدائي ، المتوسط و الثانوي وهذا خلال شهر جويلية 2017.

-المساهمة في توفير الإقامة للوفود المشاركة في الملتقى الدولي السابع للسيرة النبوية المنهج النبوي في مواجهة أسباب التشدد بالتنمية المستدامة خلال يومي 19 و 20 مارس 2018.

-المشاركة في حملة تشجير واسعة بالتنسيق مع مديرية الغابات بورقلة و الكشافة الاسلامية الجزائرية وهذا تزامنا و اليوم العالمي لعيد الشجرة 21 مارس 2018¹.

خامسا : الندوات و اللقاءات الصحفية

تعتبر مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة من المؤسسات التي تحظى باهتمام بالغ لدى وسائل الإعلام و ذلك من خلال التغطيات الإعلامية لجل الاحداث الخاصة بالمؤسسة ، لذا فالمؤسسة مطالبة بتوطيد علاقاتها الطيبة و تحسين صورتها لدى هاته الفئة الهامة من جمهورها الخارجي سيما وأن هذه الفئة تلعب دورا كبيرا في توجيه الرأي العام و بالتالي التأثير على صورة المؤسسة و كعادتها تقوم المؤسسة بتنشيط الندوات و اللقاءات الصحفية عبر وسائل الإعلام الوطنية و المحلية بغية شرح سياستها و الرد على استفسارات المكلفين بالاعلام و الرأي العام حول ما يدور بالمؤسسة ومستقبلها على غرار الحصص الإذاعية التي يشارك فيها مسؤولين من المؤسسة يتم التناول من خلالها مشاكل الزبائن و كيفية معالجتها و اهم المستجدات الحاصلة بالمؤسسة واهم التوجهات المستقبلية في تعميم الانترنت عبر تراب الولاية و تحسين سرعة تدفقها وهذا بمعدل حصة إذاعية كل اسبوع بالاضافة الى تدخلات تلفزيونية أسبوعية عبر المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري A3من خلال تقديم مداخلة تلفزيونية من طرف رئيس خلية الاتصال والعلاقات الخارجية في حصة أخبار الظهيرة².

¹ - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، الاتصال الخارجي لدى مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 09 /04/ 2018 من الساعة 14:00 – 15:00.

² - مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر بورقلة، الاتصال الخارجي لدى مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة، بتاريخ 09 /04/ 2018 من الساعة 14:00 – 15:00.

خلاصة :

تسعى كل إدارة في المؤسسة الى تحقيق أهدافها بالمحافظة على إستمرار الإتصالات وبناء علاقة ثقة بينها و زبائنها و مستخدميها تعتمد على المهارات الإتصالية من خلال إستعمال وسائل عدة : الانترنت ، البريد الإلكتروني ، مواقع التواصل الإجتماعي ، الإتصال الشفهي المراسلات... وقد غطت هذه الدراسة واقع مهارات الإتصال في المؤسسة الخدمائية - مؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة- التي تسعى جاهدة الى تحسين المهارات الاتصالية لتأثيرها عفعالية العلاقات العامة كونها تحقيق أداء فعال في نشاطها الموجهة للجمهور الخارجي وكذا تحسين المعاملات داخل المؤسسة من خلال الإستعمال الهائل للتطور التكنولوجي خاصة في مجال تسيير الحياة المهنية للعمل من توظيف تكوين وتدريب .

الخاتمة

خاتمة :

تسعى كل ادارة في المؤسسة إلى تحقيق أهدافها ، من خلال خلق التفاهم المتبادل بينها وموظفيها و العالم الخارجي ، و المحافظة على الإتصالات فيما بينهم عن طريق استعمال مهارات اتصالية تتماشى و طبيعة العلاقة والسهر على تدعيم العلاقات الجيدة ، لذا ازداد مؤخرا الاهتمام بدراسة تطبيق مبادئ ومفاهيم المهارات الاتصالية في معظم المؤسسات على اختلاف انواعها _____ وهذا ما تسعى اليه المؤسسات الجزائرية، ولتفعيل عمل العلاقات العامة بشكل مميز و بمهارات وأساليب اتصالية تتوافق ووسيلة الاتصال المستعملة خاصة الوسائل الحديثة عن طريق الانظمة الألية للمعلومات من افضل الوسائل الاتصالية.

وقد حاولنا من خلال الدراسة الميدانية معرفة مدى تأثير المهارات الاتصالية على فعالية العلاقات العامة و قمنا باسقاط المفاهيم النظرية على الوحدة العملية لمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة ورقلة وقد اتضح لنا ما يلي :

- لا يوجد وعي كاف لدى المؤسسة بأهمية و دور العلاقات العامة في التسيير و الإدارة و هذا ما يفسر وجود مكتب واحد على مستوى المؤسسة للعلاقات العامة يعرف بخلية الإتصال و العلاقات الخارجية يتكفل به موظف واحد ، يباشر مهامه تحت الاشراف المباشر للمدير و يسعى الى تنفيذ قراراته و يقوم بالتنسيق مع قسم الموارد البشرية و القسم التجاري .

- نشاط العلاقات العامة يمس الجمهور الخارجي وفي مقدمته وسائل الإعلام ، وهذا تقصير في ممارسة المفهوم العلمي للعلاقات العامة و تقصير في التواصل الداخلي مع العاملين.

- تسعى المؤسسة الى تنمية و تطوير بعض المهارات الاتصالية و كذا المهارات الفنية للموظفين عن طريق برمجة دورات تكوينية تدريبية لتطوير و تنمية أداء العاملين خاصة في المجال التكنولوجي قصد تحسين صورتها خارجيا .

- من خلال تتبع الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة نجد بأنها اعلامية ، بينما يغيب العنصر الجوهري و المتمثل في البحث و الدراسة و التخطيط الاستراتيجي ، النابع من وجود ثقافة تؤمن بالحاجة الى المعلومات و بالقرارات الرشيدة و الصحيحة .
- تعاني إدارة العلاقات العامة من مجموعة من المشاكل ، في مقدمتها التهميش و سوء الفهم و التقدير الصحيح لعمل العلاقات العامة ، وهذا مايفسر وجود مكتب واحد يسيره عامل واحد.
- ادارة العلاقات العامة تتميز بضعف المستوى الاداري ، عدم توفر البيئة المناسبة للعمل ومنه عدم وضوح انشطتها و التداخل في الاختصاصات مع الادارات الاخرى خاصة فيما يتعلق بالاتصال الداخلي و حل المشاكل و الاقتناع و تصحيح الاوضاع الخاطئة.
- عدم وضوح و غياب بطاقات التوصيف بالنسبة لادارة العلاقات العامة ، وهذا مايفسر تسيير المكتب الخاص بالاتصال و العلاقات الخارجية من طرف موظف واحد منذ قرابة 9 سنوات .

التوصيات :

- أهم النقاط التي تم التوصل اليها اثناء الدراسة النظرية و من خلال اسقاطها على الجانب الميداني بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة توصلنا الى ما يلي :
- لا بد من الاهتمام اكثر بإدارة العلاقات العامة من خلال ، وجود قسم اداري مستقل به مجموعة من الموظفين ، المتحصلين على شهادات في مجال الاتصال و العلاقات العامة و ممن يتصفون بالصفات الشخصية و المقدرة الاتصالية فضلا عن الصفات القيادية للإداريين .
 - يجب الإقتناع بأن الإتصال و العلاقات العامة ، مهمة إدارية إتصالية ، و التوقف عن اعتبارها وظيفة للمراسيم و البروتوكول و التعامل فقط مع وسائل الإعلام ، بل يجب الاهتمام بها باعتبارها أهم وظيفة في هيكله التنظيم الاداري لأي مؤسسة ، و اذا قامت بتنفيذ حملاتها و برامجها على اسس علمية فانها ستكون السبب في نجاح تلك المؤسسة.

-
- الإهتمام بانتقاء العاملين بإدارة العلاقات العامة و ضرورة خضوعهم لتكوينات تربصات تحسين المعارف وتطوير المهارت الاتصالية موازاة بالتقدم التكنولوجي و التطور العلمي مما يضمن رضا الافراد داخل المؤسسة و الجمهور الخارجي .
- ضرورة الاهتمام بتوفير الامكانيات اللازمة لإدارة العلاقات العامة خاصة اذا ما تعلق الامر بالوسائل الاتصالية ذات المبالغ الضخمة و التي تستعمل في الدعاية ، الاعلان الإشهار ... الخ.
- ضرورة وضع خطط و برامج للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها ادارة العلاقات العامة و تقويم برامجها .
- ضرورة معرفة العاملين بإدارة العلاقات العامة ، بكل الوسائل الاتصالية الحديثة خاصة اذا ما تعلق الامر بالخدمات المرتبطة بشبكة الانترنت هذا من جهة و من جهة اخرى ضرورة معرفتهم لمثلي وسائل الاعلام على المستوى المحلي .
- التأكيد على ضرورة قياس الرأي العام الداخلي لأهميته و العمل على صياغة مقترحات العاملين و ادائهم بالنسبة للادارة العليا حتى تكون على علم بواقع بيئتها الداخلية الامر الذي يسمح باتخاذ القرارات اللازمة و المناسبة .



الملاحق



الملحق رقم 01: الاسئلة الخاصة بالمقابلة



مرحبا سيدي مسؤول خلية الاتصال والعلاقات الخارجية بمؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة ، كما تعلم فإن موضوع دراستنا ينصب حول المهارات الاتصالية ودورها في تحسين عمل العلاقات العامة بمؤسستكم ، لذلك نرجو من سيادتكم المحترمة تزويدنا ببعض المعلومات الشخصية و التي تمثل أهمية كبيرة في دراستنا.

اولا: البيانات الشخصية

-الجنس : ذكر انثى

-السن :

-المستوى التعليمي : مستوى ثانوي جامعي دراسات عليا

-المهارات المهنية :

-الاقدمية في العمل : اقل من 5سنوات اكثر من 5سنوات

ثانيا : الاتصال بالمؤسسة

- كيف يجري الاتصال داخل و خارج المؤسسة ؟

.....

- ماهي أهم أنواع الاتصال التي تستخدمونها في مؤسستكم ؟

.....

- ماهي أهم التقارير الملاحظة في عملية الاتصال لديكم ؟

.....

- هل يتم تقييم عملية الاتصال بالمؤسسة ؟

.....

- هل يتم إعداد إستراتيجية سنوية لعملية الاتصال بالمؤسسة ؟

- نعم لا

- هل يتم إعلام الموظفين بالاستراتيجية العامة للمؤسسة و مستقبلها إن وجدت ؟

- نعم لا

- الاجابة لا لماذا؟

.....

- فيما يتمثل مفهوم وظيفة الاتصال لدى مؤسساتكم؟

..... -

- أين تتجلى أهمية الاتصال لديكم؟

..... -

- هل يتم الاهتمام بالاتصال الداخلي و الخارجي للمؤسسة؟

- نعم لا

- كيف تصل الرسالة داخل المؤسسة؟

- اعلانات اجتماعات لقاءات اخرى

- ثالثا : اساليب الاتصال

- ما هو الاسلوب الاكثر فعالية في عملية الاتصال لدى المؤسسة؟

- اسلوب الاتصال الشفهي اسلوب الاتصال الكتابي اخرى

- على أي أساس يتم أسلوب الاتصال؟

..... -

- هل هناك استجابة كافية من طرف المتلقي للرسالة الاتصالية؟ في حالة النفي اشرح ذلك

- نعم لا

..... -

- هل تعتمدون على وسائل الاتصال الحديثة في عملية الاتصال الداخلي و الخارجي؟

- نعم لا

- هل تخضعون الموظفين لتنمية مهاراتهم الاتصالية في هذا الصدد؟

- نعم لا

- هل تستخدمون رسائل التواصل الاجتماعي للتخاطب مع الجماهير الداخلية و الخارجية

للمؤسسة؟

- نعم لا

- أي من وسائل التواصل الاجتماعي تستعملونها اكثر؟ ولماذا؟

- فايسبوك تويتر اميل اخرى

..... -

- ماهي أهم المهارات الاتصالية المستعملة من طرف مؤسساتكم؟ اذكرها

..... -

- هل تسعى المؤسسة الى تطوير هذه المهارة ؟ كيف يتم ذلك ؟

..... -

- هل تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر على استراتيجية اتصالية معينة في تعاملاتها مع موظفيها
ومختلف المؤسسات والجماهير الاخرى؟

..... -

- رابعا : معوقات العملية الاتصالية

- ماهي الصعوبات التي تواجهكم اثناء عملية الاتصال ؟

..... -

- هل انتم راضون على مستوى العملية الاتصالية في ادارة العلاقات العامة ؟

- نعم لا

- هل تؤدي العملية الاتصالية نتائج ايجابية في ادارة العلاقات العامة ؟

- نعم لا

- هل تتعامل مؤسستكم بشكل جدي مع الشكاوى الموجهة لكم ؟

- نعم لا

- كيف يتم تسيير المؤسسة خلال الازمات ؟

..... -

- ماهي المشاكل التي تعوق اداء الفرد في المؤسسة ؟ اذكرها؟

..... -

- هل هذه المشاكل مرتبطة بالبيئة الداخلية او الخارجية للمنظمة ؟

..... -

- خامسا: تنظيم العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر

- هل تمارسون أنشطة العلاقات العامة في مؤسستكم ؟

- نعم لا

- هل يوجد مكتب او مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ؟

- نعم لا

- ماهي وظيفة العلاقات العامة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة

..... -

- هل يؤدي الاتصال الوظيفية الادارية اللازمة في ادارة العلاقات العامة لديكم ؟

- نعم لا

- ماهو عدد الموظفين العاملين بقسم العلاقات العامة ؟

.....

- هل هناك مواصفات معينة للعمل بقسم العلاقات العامة ؟ اذا كانت الاجابة بنعم اذكرها ؟

- نعم لا

.....

هل هناك تنسيق مع الاقسام الادارية الاخرى بالمؤسسة ؟ اذا كانت الاجابة بنعم فماهي هذه الاقسام ؟

نعم لا

.....

- هل يقوم قسم العلاقات العامة بالتخطيط لاداء نشاطه ؟

- نعم لا

- هل تقدر الاقسام اداء قسم العلاقات العامة ؟ اذا كانت الاجابة بنعم فهل تأخذ بمقترحاته ؟

- نعم لا

- هل تقومون بعملية التكوين و التدريب للأفراد قصد ممارسة أنشطة العلاقات العامة ؟ في حالة الاجابة بنعم فما هي هذه التكوينات ؟

- نعم لا

.....

- هل تعتمدون على انظمة معلوماتية متطورة في تسيير الحياة المهنية للموظفين ؟ اذا كانت بنعم اشرحها ؟

- نعم لا

- هل تولون اهمية كبيرة لتنمية العنصر البشري داخل المؤسسة ؟ اذا كانت الاجابة بنعم فكيف يتم ذلك ؟

- نعم لا

.....

- ماهي انواع التحفيز التي تمنح للموظف ؟

.....

- هل تسعى المؤسسة الى تحسين صورتها و تطوير خدماتها للجمهور الداخلي و الخارجي ؟

- نعم لا

- كيف يتم كسب ثقة الجماهير ؟

.....

- ماهي الاساليب المتبعة من طرف مؤسستكم لتحقيق اهدافها ؟

- رعاية تكوين تمويل نشاطات ترف مع اخرى

اذكرها

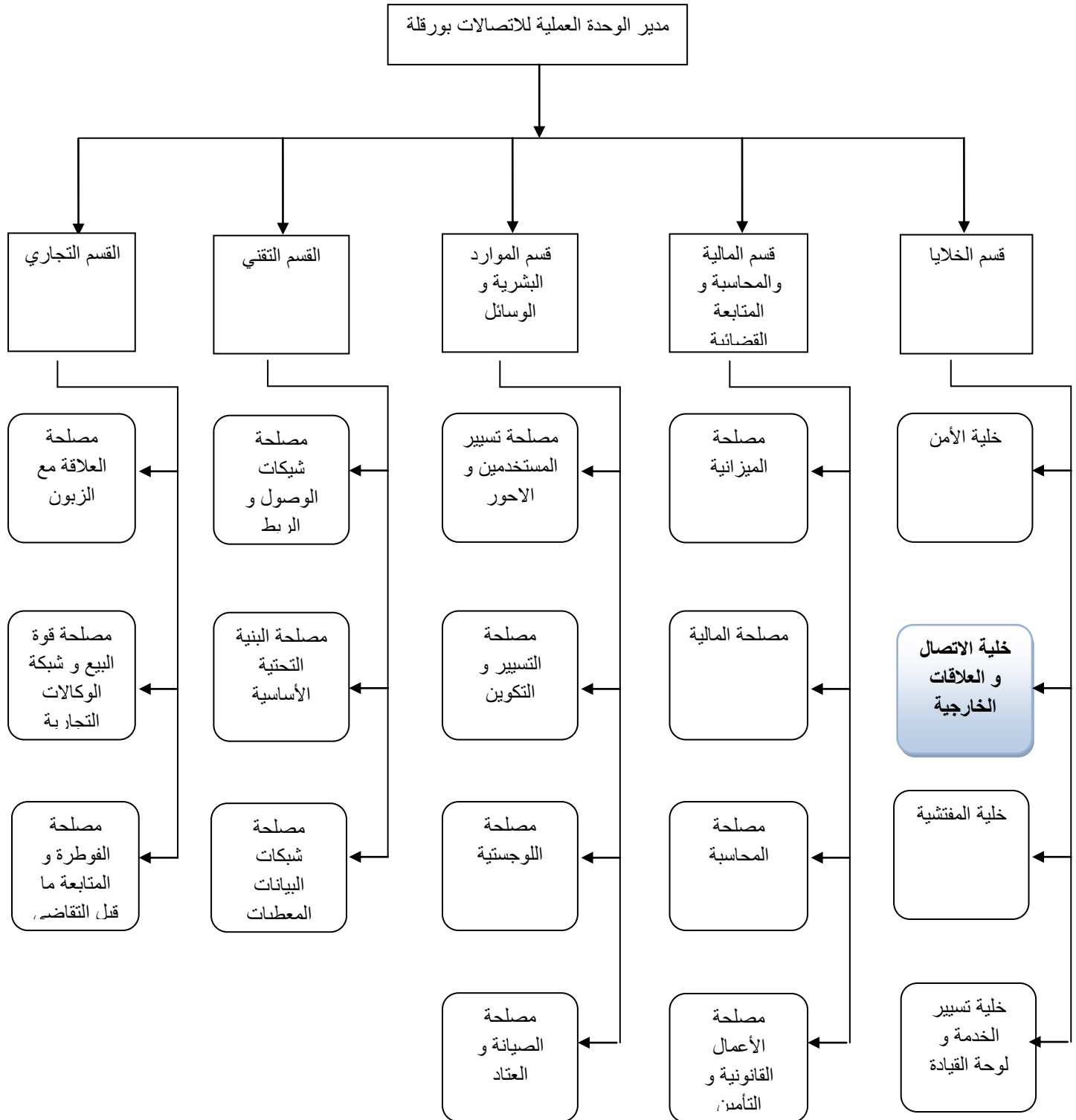
- إلى أي مدى تساهم العلاقات العامة في تحسين المؤسسة ؟

.....

- كيف ترى مستقبل مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة في ظل المنافسة و اقتصاد السوق ؟

.....

الملاحق رقم 02: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات بورقلة



المصدر : خلية الاتصال و العلاقات الخارجية بمؤسسة اتصالات الجزائر



قائمة المراجع

الكتب:

1. أبو أصبع صالح خليل ، العلاقات العامة و الاتصال الانساني ، ط3 ، الأردن: دار الشروق للنشر و التوزيع ، 1998.
2. ابو الحمام عزام ، الاعلام والمجتمع ، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
3. أبو سمرة محمد ، الاتصال الاداري والاعلامي ، ط1، الاردن :دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009.
4. أبو شنب جمال ، العلاقات الانسانية "دراسة في مهارات الاتصال والتعامل، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2009.
5. بن مرسي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ط4 ، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010.
6. تمار يوسف ، الاتصال والاعلام السياسي ، ط1 ، مصر: دار الكتاب الحديث، 2012.
7. الجميلي خيرى خليلي ، الإتصال ووسائله في المجتمع الحديث ، مصر: المكتب الجامعي الحديث ، 1997.
8. الحجازي محمد حافظ ، وسائل الاتصال الرسمي (البيروقراطية ، الكميوقراطية) ط1 مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ، 2005.
9. حسن محمد حربي ، العلاقات العامة المفاهيم و التطبيقات، العراق : دار الحكمة للطباعة والنشر 1991.
10. حسني محمد نصر، نظريات الإعلام ، الطبعة 1 ، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي 2015.
11. حسين حريم، السلوك التنظيمي " سلوك الأفراد في المنظمات " الاردن ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان 1997.
12. خضر أحمد جميل، العلاقات العامة، الأردن، الميسر للنشر و التوزيع، عمان، 1998.

13. -دعيس محمد يسري ، الاتصال و السلوك الانساني " رؤية في انثروبولوجيا الإتصال "، مصر : البيطاش سنتر للنشر و التوزيع الاسكندرية، 1999.
14. الدليمي عبد الرزاق ، العلاقات العامة في المجال الدولي، ط2، الأردن: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
15. -دليو فضيل ،الإتصال و مفاهيمه - نظرياته - وسائله ، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع 2003.
16. زيدان عبد الباقي، وسائل و أساليب الاتصال، ط2، مصر، مكتبة النهضة المصرية القاهرة 1979.
17. الشاعر عبد الرحمان إبراهيم ،مهارات الإتصال ، ط1 ، الأردن : دار صفاء للنشر والتوزيع 2012 .
18. صاحب سلطان محمد ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، ط1، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
19. صبطي عبيدة ، مسعودي كلثوم ، مدخل الى العلاقات العامة، ط1 الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2010.
20. عجوة علي ، الاسس العلمية للعلاقات العامة ، ط4 ، مصر: عالم الكتاب القاهرة 1995.
21. عليان رنجي مصطفى ، الطوباسي عدنان محمود ،الإتصال والعلاقات العامة ، ط1 الأردن : دار صفاء للنشر والتوزيع، 2005 .
22. غريب عبدالسميع ،الإتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مصر: مؤسسة شباب الجامعة 2006.
23. فؤاد شعبان ، عبيدة صبطي ، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجياه الحديثة الجزائر دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012.
24. القاضي علاء محمد ، حمدان بكر محمد ، مهارات الاتصال ، ط1، الأردن: دار الاعمار العلمي للنشر والتوزيع، 2010.
25. محمود منال طلعت ، مدخل الى علم الاتصال ، مصر : المكتب الجامعي الإسكندرية 2002.

26. مهدي محمد محود ، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة

الاجتماعية مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2004.

27. نصر حسني محمد ، نظريات الاعلام، ط1، الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب

الجامعي، 2015.

28. هلال محمد عبد الغني حسن ، مهارات الاتصال و التسويق السياسيين ، مصر: ديبك

للنشر والتوزيع، 2012.

المذكرات :

29. أبو سليم شذا سليم ، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية

بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين ، (مذكرة ماجستير ، الجامعة الاسلامية غزة : كلية

التجارة :قسم إدارة أعمال)، 2006.

30. بلبراهم جمال : دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية

(مذكرة ماجستير ، جامعة الشلف : كلية علوم التجارية)، 2009./2010

31. عتوم احمد امين محمد ، اهمية الانشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة دراسة ميدانية

في الوزارات الاردنية ، (مذكرة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط الأردن: كلية

الاعلام)، 2010/2011.

32. لقصير رزيقة ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة (دراسة ميدانية لمؤسسة

الاملاح بقسنطينة ، (مذكرة ماجستير ، جامعة قسنطينة : كلية علوم الاعلام

والاتصال)، 2006/2007 .

المجلات :

33. أبو راشدي آمنة ، بركاهم سالم ، >> التغيير الثقافي من خلال العلاقات العامة دراسة

تقييمية للوزارات الجزائرية << ، المجلة الجزائرية للعملة والسياسات الاقتصادية ، العدد: 06

الجزائر 2015 .

34. بلقاضي الأمين، << الإتصال داخل المؤسسة >>، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 02، الجزائر، ديسمبر 2014.

35. بودهان يامين، << هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة >> مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 29، الجزائر، 2006.

36. لعجال سامية، بوزيد سليمة، <<العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم و الوظيفة>> مجلة كلية الاداب و العلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد: 02 و 03، جامعة بسكرة جانفي /جوان 2008.

37. محمد كريمة فريجة ، <<العلاقات العامة : نظرة تحليلية دراسة ميدانية لمؤسسة كهرباء و الغاز الجزائرية >>، مجلة الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد: 5/4، دت.

المراجع بالاجنبية :

38-ANNIE BARTOLI , COMMUNICATION ET ORGANISATION “ POUR UNE POLITIQUE GENERALE COHERENT”,Paris ,1991.

39- JEAN CHAUMELY ET DENIS HUISMAN“LES RELATIONS PUBLIQUES , France :PRESS UNIVERSITAIRE DE France- VENDOME- 1967.

القواميس :

40. مجموعة من المؤلفين ، المنجد في اللغة و الإعلام، ط 43 لبنان: دار المشرق بيروت.2008.

المواقع الالكترونية :

41. <http://www.algerietelecome.dz>

المقابلات الشفوية:

42. مقابلة مع رئيس خلية الاتصال و العلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر، بتاريخ 08-09-11 و 2018/04/26.

43. مقابلة مع رئيس خلية الإتصال والعلاقات الخارجية، إتصالات الجزائر، بتاريخ 06-07 و 2018/05/08.

فهرس الأشكال

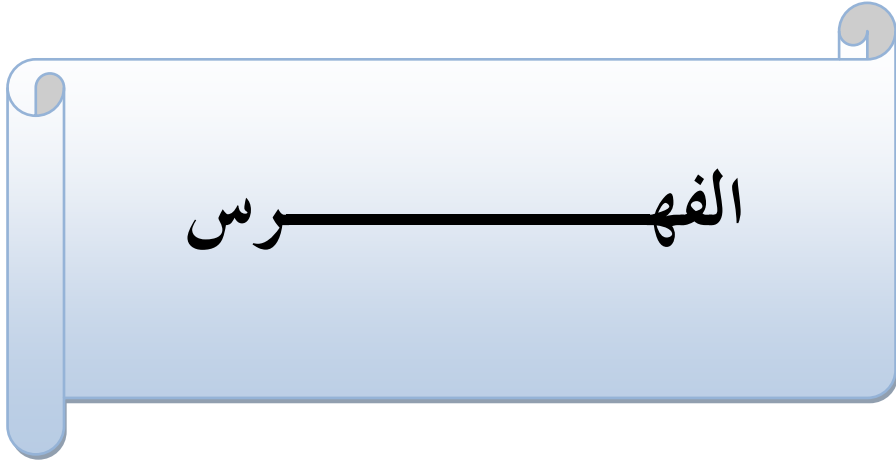
فهرس الأشكال

الصفحة	الأشكال	الرقم
22	عناصر العملية الإتصالية	01
24	نمذج لاسويل في الإتصال	02
24	نمذج شانون و ويفر	03
25	نمذج ويلبر شرام	04
25	نمذج أسجود	05
26	نمذج بيرلو	06
26	نمذج نيوكمب	07
27	نمذج دانس	08
53	التنظيم الداخلي لقسم العلاقات العامة	07

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

الصفحة	الملاحق	الرقم
89-85	أسئلة مقابلة مع رئيس خلية الاتصال و العلاقات الخارجية	01
90	الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة	02



الفهرس

الفهرس:

الآية

الشكر و العرفان

07-01	مقدمة.....
الفصل الاول : ماهية الاتصال .	
09	تمهيد
20-10	المبحث الاول : مفهوم الاتصال
13-10	المطلب الاول : تعريف الاتصال و خصائصه
17-14	المطلب الثاني : انواع الاتصال و ووظائفه
20-17	المطلب الثالث : اهداف الاتصال و اهميته
27-21	المبحث الثاني : عناصر الاتصال و نماذجه
22-21	المطلب الاول : عناصر الاتصال و مكوناته
23-22	المطلب الثاني : مراحل الاتصال
27-23	المطلب الثالث : نماذج الاتصال
34-28	المبحث الثالث : مهارات و اساليب الاتصال و معوقاته
31-28	المطلب الاول : تعريف مهارات الاتصال و انواعه
32-31	المطلب الثاني : الاساليب الاتصالية
34-33	المطلب الثالث : معوقات الاتصال
35	خلاصة الفصل
الفصل الثاني : ماهية العلاقات العامة	
37	تمهيد
44-38	المبحث الاول : طبيعة العلاقات العامة
41-38	المطلب الاول التعريف و النشأة
43-41	المطلب الثاني :الاهمية و الاهداف
44-43	المطلب الثالث مبادئ العلاقات العامة
51-44	المبحث الثاني : وظائف وانواع العلاقات العامة

45-44	المطلب الاول وظائف العلاقات العامة
47-45	المطلب الثاني برامج العلاقات العامة
51-47	المطلب الثالث انواع العلاقات العامة
58-51	المبحث الثالث : تنظيم العلاقات العامة
53-52	المطلب الاول : ادارة العلاقات العامة
54-53	المطلب الثاني : الشروط الواجب توفرها في اخصائي العلاقات العامة
57-55	المطلب الثالث وسائل اتصال العلاقات العامة
58	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : دراسة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة	
60	تمهيد
64-61	المبحث الأول: لمحة عامة عن مؤسسة اتصالات الجزائر
63-62	المطلب الأول: نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر
64-63	المطلب الثاني: تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة
65-64	المطلب الثالث: خلية الاتصال و العلاقات الخارجية بالمؤسسة
73-65	المبحث الثاني: تقييم الاتصال بالمؤسسة
69-66	المطلب الأول: وأنواع ووسائل الاتصال المتواجدة بالمؤسسة
73-69	المطلب الثاني: تقييم مهارات الاتصال في المؤسسة
78-74	المبحث الثالث: تقييم اساليب العلاقات العامة للمؤسسة
76-74	المطلب الأول: الأسلوب الموجه للجمهور الداخلي
78-76	المطلب الثاني: الأسلوب الموجه للجمهور الخارجي
79	خلاصة الفصل
83-81	الخاتمة
90-85	الملاحق
97-91	قائمة المراجع
99	فهرس الجداول و الأشكال
101	فهرس الملاحق
104-103	فهرس الدراسة